PLAN DE AFACERI

Cafenea

Birouri și tranzit



Rezumat executiv

Cafeneaua deservește deplasările către birouri și pauzele scurte, printr-un meniu concentrat și un bar organizat pentru comenzile la pachet. Afacerea începe de la zero, într-un spațiu închiriat. Proiectul este construit pentru un antreprenor implicat în activitatea zilnică, a cărui muncă este remunerată distinct de profitul firmei.

Element	Configurația proiectului
Spațiu și servire	40 m², la parter; 6 locuri în interior; comandă și plată la tejghea.
Echipa și programul	Doi salariați și antreprenorul; 10 ore pe zi, șase zile pe săptămână.
Capital pentru deschidere	161 343,55 lei, integral din aport; include achizițiile, pregătirea, stocul, garanția chiriei și rezervele.
Rezervă pentru funcționare	45 000 lei, la care se adaugă 6 900 lei pentru variația costului investiției.
Volumul comercial de bază	185 bonuri într-o zi la nivelul de referință; calendarul și perioada de lansare reduc media anuală.
Rezultatul proiectat	Profit net al firmei: 20 514 lei în primul an și 53 194 lei în al doilea an, după remunerarea antreprenorului.

În primul an, veniturile fără taxa pe valoarea adăugată (TVA) sunt estimate la 625 904 lei. Suma de 161 344 lei reprezintă necesarul total de finanțare, nu numai prețul echipamentelor. Modelul nu include un credit sau o subvenție presupusă aprobată. Scenariile compară și situații cu pierderi, pentru a evidenția dependența rezultatului de vânzări și de costul produselor.

Condiția comercială centrală este existența unui flux suficient de cumpărători care aleg oprirea înainte de serviciu și revin. Vizibilitatea ajută numai dacă accesul, oferta și capacitatea de servire transformă trecerea prin zonă în comenzi.

Estimările economice sunt ipoteze ale proiectului, separate de statisticile și prețurile publice citate. Volumul zilnic nu este prezentat ca trafic măsurat pentru o adresă sau ca vânzare deja realizată. Analiza financiară acoperă cinci ani și detaliază primele 24 de luni.

Cuprins

1. Prezentarea afacerii

2. Piața, clienții și concurența

3. Strategia de marketing și vânzări

4. Organizarea activității

5. Echipa și conducerea afacerii

6. Spațiul și investiția necesară

7. Organizarea juridică și autorizarea activității

8. Proiecțiile financiare și scenariile afacerii

9. Finanțarea și relația cu investitorii

10. Riscurile și protejarea rezultatului

11. Calendarul realizării proiectului

12. Profitabilitatea și perspectivele cafenelei

1. Prezentarea afacerii

1.1. Conceptul cafenelei

Proiectul propune o cafenea independentă amplasată pe un traseu pietonal care leagă clădiri de birouri, servicii și puncte de transport public. Activitatea este organizată în jurul comenzilor la pachet și al pauzelor scurte. Clientul vizat cumpără cafeaua în drum spre serviciu, între două întâlniri sau înaintea unei deplasări. Valoarea ofertei rezultă din asocierea unui produs bine preparat cu o comandă simplă și o servire previzibilă.

Poziționarea urmărește accesul direct din traseul pietonal, vizibilitatea meniului din apropierea intrării și posibilitatea de a opri fără un ocol semnificativ. Birourile aduc cumpărări repetate, iar tranzitul extinde publicul dincolo de angajații aceleiași clădiri. Prezența unei stații în vecinătate nu echivalează, în sine, cu cerere pentru cafenea: contează sensul deplasării, accesibilitatea trotuarului, traversările și alternativele întâlnite de client înainte de a ajunge la local.

Meniul este concentrat pe espresso, americano, cappuccino și latte. Americano combină espresso cu apă caldă; cappuccino și latte conțin cafea și lapte în proporții diferite. Rețetele precizează cantitățile și volumul final, astfel încât gustul și consumul de ingrediente să rămână consecvente. Cafeaua decofeinizată, o băutură vegetală, ceaiul și variantele reci ale băuturilor principale completează oferta fără multiplicarea excesivă a ingredientelor.

Oferta alimentară cuprinde croissant cu unt, produs de patiserie cu ciocolată, chec porționat și biscuit, cumpărate gata preparate de la furnizori autorizați. Produsele sunt alese pentru servire rapidă și transport comod. Asocierea unei băuturi cu un produs alimentar formează o ofertă de mic dejun cu preț total vizibil; reducerea, atunci când este acordată, este suportată din marja celor două produse, nu din presupunerea că orice creștere a vânzărilor aduce automat profit.

Comanda și plata se fac la tejghea. Ridicarea băuturii are loc într-un punct alăturat, iar vitrina alimentară este vizibilă înainte de încasare. Această succesiune permite alegerea produselor înainte de discuția cu persoana care încasează și reduce întoarcerile clienților prin zona de lucru. Spațiul de așteptare rămâne liber, cu acces separat de circulația personalului și de aprovizionare. În perioadele aglomerate, comenzile sunt preluate și predate în ordinea comunicată clienților.

Amenajarea are un caracter urban, cu bar verde închis, lemn în tonuri calde, iluminat concentrat asupra meniului și câteva locuri pentru opriri scurte. Mobilierul de ședere completează activitatea de la tejghea, fără să ocupe spațiul necesar cozii. Identitatea vizuală apare consecvent pe meniu, fațadă, pahare și ambalaje. Materialele de lucru sunt alese pentru curățare frecventă, iar expunerea produselor și a echipamentelor păstrează o imagine ordonată.

Relația comercială se construiește prin recurență. Clienții din birourile apropiate regăsesc aceeași rețetă, un timp de așteptare controlat și o ofertă ușor de memorat. Comunicarea

Echipamentele de preparare, spălare și refrigerare sunt grupate în jurul aceleiași zone de lucru. Mașina de spălat are spațiu liber pentru deschiderea ușii și încărcarea coșului; masa frigorifică și mașina de gheață păstrează circulația aerului indicată de producător. Chiuveta pentru ustensile și spălătorul pentru mâini sunt funcțiuni distincte. Grupul sanitar nu comunică direct cu zona de manipulare a alimentelor.

6.2. Echipamentele selectate și rolul lor

Echipament	Rol și dimensiuni principale	Preț cu TVA, lei
Astoria Forma SAE, 2 grupuri [24]	Espressor volumetric; 800 × 569 × 550 mm. Cele două grupuri permit pregătirea simultană a comenzilor.	17 206,63
Fiorenzato F64 EVO [25]	Râșniță principală; amprentă 230 × 270 mm, înălțime 615 mm; discuri de 64 mm.	4 780,38
Quamar Q50 EM [26]	Râșniță separată pentru cafeaua decofeinizată. Evită golirea râșniței principale la fiecare comandă.	2 915,86
Arktic 233344 [27]	Masă frigorifică 220 litri; 1 200 × 600 × 850 mm. Păstrează laptele și stocul refrigerat.	5 593,72
Hendi K40, 233023 [28]	Mașină de pahare; 470 × 510 × 710 mm, cu spațiu suplimentar de 325 mm pentru ușă.	6 295,51
Arktic 271773 [29]	Gheață: producție nominală 26 kg/zi, rezervă 7 kg; 398 × 546 × 682 mm.	3 261,45

Prețurile sunt repere publice de cumpărare și pot include promoții; nu constituie o ofertă rezervată proiectului. Alocarea de 2 400 lei acoperă tratarea apei, consumabilele, racordurile și montarea acestui circuit. Transportul espressorului și probele sale sunt cuprinse distinct în serviciile inițiale. Filtrul promoțional al espressorului nu este cumpărat încă o dată în listă; rezerva tehnică acoperă adaptarea tratării apei și circuitul mașinii de spălat, în funcție de duritatea apei și de configurația livrată.

[24] Webcoffee. Astoria Forma SAE Black, două grupuri: preț și specificații.
[25] Webcoffee. Fiorenzato F64 EVO Black New Display: preț și specificații.
[26] Webcoffee. Quamar Q50 EM Matt Black, râșniță pentru a doua cafea.
[27] Hendi. Arktic 233344, masă frigorifică de 220 litri.
[28] Hendi. Mașină pentru spălat pahare K40, cod 233023.
[29] Hendi. Arktic 271773, mașină de gheață de 26 kg/zi, rezervă 7 kg.

8. Proiecțiile financiare și scenariile afacerii

8.1. Formarea venitului și costul unei cumpărături

Proiecția pornește de la meniul din capitolul 1. Într-o tranzacție este inclusă o băutură, iar un anumit procent din bonuri adaugă un aliment. Mixul băuturilor, asocierea cu alimente și reducerile explică bonul mediu; acesta nu este ales independent de prețurile produselor. Nu sunt incluse venituri din livrare, evenimente, vânzarea cafelei boabe sau suplimentele pentru lapte vegetal și decofeinizată.

Băutură	Pondere în băuturile vândute	Preț final inițial, lei
Espresso	12%	9,00
Americano	15%	10,00
Cappuccino	32%	12,00
Latte	20%	14,00
Iced americano	7%	12,00
Iced latte	9%	16,00
Ceai / infuzie	5%	10,00

Ipoteză pentru alimente și reduceri	Valoare
Bonuri cu un produs alimentar	28% din totalul bonurilor
Ponderea vânzării la pachet	90%
Bonuri cu pachet promoțional	12%; reducere medie 2 lei/pachet
Structura produselor alimentare	Croissant cu unt 45%; Patiserie cu ciocolată 25%; Chec 20%; Biscuit 10%
Cost de achiziție fără TVA pe porție	Croissant cu unt 3,80 lei; Patiserie cu ciocolată 4,50 lei; Chec 3,80 lei; Biscuit 1,80 lei

Costurile alimentelor sunt alocări de achiziție ale proiectului, nu cotații contractuale ale unui furnizor. Reducerea de pachet este repartizată în calcul proporțional cu valoarea băuturii și alimentului. Reducerile de fidelitate pentru primele trei luni corespund bugetului din capitolul 3; după această perioadă este prevăzută o diminuare medie suplimentară de 0,10 lei pe bon. Pierderile de ingrediente și alimente sunt deja incluse în costul direct.

Sinteză

Birouri și tranzit

Scenariul Bază · valori în lei, dacă nu se indică altfel

Aport propriu necesar	**161,343.55**
Numerar la deschidere	51,900.00
Bon mediu cu TVA, înainte de fidelizare	14.39

Rezultate anuale	Anul 1	Anul 2	Anul 3	Anul 4	Anul 5
Bonuri emise	52,523	55,745	55,745	55,745	55,745
Vânzări cu TVA	751,369	820,776	845,567	871,101	897,401
Venituri fără TVA	**625,904**	**683,725**	**704,375**	**725,645**	**747,552**
Costuri variabile	252,886	276,442	284,738	293,282	302,083
Costuri fixe	319,808	329,019	338,890	349,057	359,528
Cheltuieli de pregătire	10,318	–	–	–	–
Rezultat înainte de amortizare	**42,892**	**78,264**	**80,748**	**83,306**	**85,941**
Amortizare	14,938	14,938	14,938	13,947	12,357
Rezultat înainte de impozit	**27,953**	**63,326**	**65,809**	**69,359**	**73,584**
Impozit	7,439	10,132	10,529	11,097	11,774
PROFIT NET	**20,514**	**53,194**	**55,280**	**58,262**	**61,811**
Marja profitului net	*3.3%*	*7.8%*	*7.8%*	*8.0%*	*8.3%*
Flux net de numerar	**59,786**	**67,922**	**70,002**	**71,985**	**73,937**
Numerar la sfârșit de an	**111,686**	**179,608**	**249,609**	**321,594**	**395,532**
Cel mai mic sold din an	45,127	113,732	181,718	251,772	323,803

Cerere și riscuri

Birouri și tranzit

Scenariul Bază · valori în lei, dacă nu se indică altfel

Formarea cererii · ipoteze comerciale ale proiectului	
Clienți recurenți în luna de referință	600
Cumpărări lunare pentru un client recurent	6
Bonuri ocazionale în luna de referință	1,210
Bonuri recurente	3,600
Total bonuri în luna de referință	**4,810**
Bonuri/zi înaintea sezonalității	185.0
Bonuri în luna de referință, scenariul ales	**4,810**

Baza de clienți și frecvența cumpărării sunt ipoteze, nu trafic măsurat la o adresă. Lansarea și calendarul sezonier sunt aplicate ulterior în Vânzări.

Bonurile recurente și cele ocazionale sunt componente distincte. Cumpărarea unei băuturi cu un aliment rămâne un singur bon în calculul cererii.