PLAN DE AFACERI

Cafenea

Cartier rezidențial



CONSTRUIM PROIECTE SRL

Rezumat executiv

Cafeneaua de cartier combină cumpărătura de proximitate cu servirea cafelei și a deserturilor la masă, într-un ambient cald, cu influențe vintage. 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	60 m², la parter; 18 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	195 957,75 lei, integral din aport; include achizițiile, pregătirea, stocul, garanția chiriei și rezervele.
Rezervă pentru funcționare	50 000 lei, la care se adaugă 8 700 lei pentru variația costului investiției.
Volumul comercial de bază	120 bonuri într-o zi la nivelul de referință; calendarul și perioada de lansare reduc media anuală.
Rezultatul proiectat	Profit net al firmei: 9 213 lei în primul an și 46 623 lei în al doilea an, după remunerarea antreprenorului.

În primul an, veniturile fără taxa pe valoarea adăugată (TVA) sunt estimate la 608 148 lei. Suma de 195 958 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.

Rezultatul se bazează pe o combinație de vizite repetate și cumpărături cu desert. Amenajarea are rol în experiența clientului, însă costul acesteia și timpul de ocupare a meselor limitează rentabilitatea unui local de mici dimensiuni.

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 de cartier, concepută pentru vizite repetate ale persoanelor care locuiesc sau își desfășoară activitățile cotidiene în apropiere. Oferta îmbină cafeaua la pachet cu șederea la masă, într-un spațiu primitor, potrivit pentru o pauză, o conversație sau o întâlnire scurtă. Poziționarea comercială se construiește în jurul proximității, al consecvenței produselor și al relației cu clienții care revin.

Amplasamentul urmărit se află la parter, pe un traseu care leagă locuințe de magazine, servicii și alte destinații cotidiene. Intrarea vizibilă și accesul comod susțin opririle spontane, iar vitrina permite înțelegerea ofertei din exterior. Pentru acest concept, o populație rezidentă numeroasă în jurul localului nu este suficientă: contează traseele efective, obiceiurile de cumpărare și prezența unor alternative accesibile. Cafeneaua se adresează unei vecinătăți pe care o poate servi repetat, nu întregului oraș.

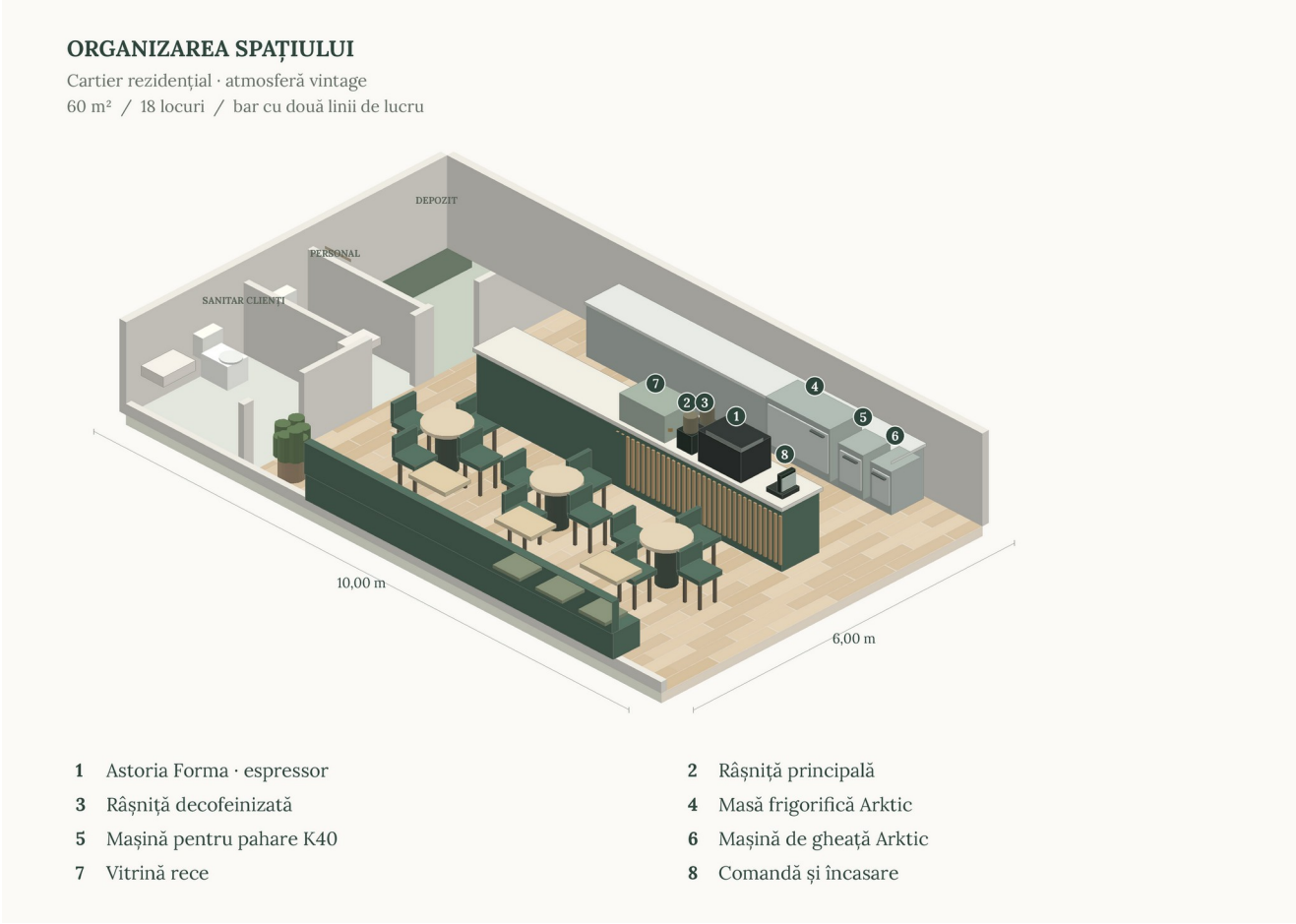
Situațiile de consum sunt complementare. Dimineața, oferta răspunde persoanelor care cumpără o cafea înaintea deplasării sau după începerea programului zilnic. În timpul zilei, mesele găzduiesc pauze și conversații. La sfârșit de săptămână, conceptul permite vizite mai tihnite și cumpărături pentru două sau mai multe persoane. Distribuirea acestor ocazii pe parcursul zilei reduce dependența de o singură fereastră de vânzare, fără a presupune automat că fiecare interval va avea aceeași cerere.

Meniul de cafea cuprinde espresso, americano, cappuccino și latte, cu posibilitatea alegerii cafelei decofeinizate și a unei băuturi vegetale. Americano este espresso completat cu apă caldă; cappuccino și latte combină espresso cu lapte, în proporții diferite. Ceaiul, ciocolata caldă și băuturile reci completează oferta pentru grupuri cu preferințe diferite. Rețetele și volumele sunt constante, iar explicațiile de pe meniu ajută clientul să aleagă fără cunoștințe tehnice despre cafea.

Oferta alimentară cuprinde croissant cu unt, produs de patiserie cu ciocolată, chec porționat, biscuit și două deserturi porționate cu gusturi distincte. Produsele sunt aprovizionate gata preparate de la furnizori autorizați, cu păstrare și servire conforme fiecărui sortiment. Selecția susține atât cumpărătura de dimineață, cât și consumul la masă. Numărul restrâns de produse permite urmărirea vânzărilor pe sortiment și limitează stocurile care rămân nevândute la sfârșitul zilei.

Calitatea este exprimată prin caracteristici pe care clientul le poate recunoaște: gust, temperatură potrivită, preparare consecventă și informații clare despre cafea. Proveniența și profilul de gust sunt comunicate simplu, potrivit produsului aprovizionat. Cafeneaua își susține poziționarea prin ceea ce servește efectiv și prin consecvența experienței.

Amenajarea propune o atmosferă caldă, cu influențe vintage: lemn, tonuri naturale, un bar verde închis și iluminat confortabil. Mesele pentru două persoane pot fi apropiate pentru grupuri mici, iar o banchetă valorifică una dintre laturi. Circulația spre tejghea și ieșire



Propunere de organizare a spațiului și de poziționare a echipamentelor. Dimensiunile încăperii reprezintă ipoteza de proiectare; schema nu este un releveu al unui spațiu existent.

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 [23]	Espressor volumetric; 800 × 569 × 550 mm. Cele două grupuri permit pregătirea simultană a comenzilor.	17 206,63
Fiorenzato F64 EVO [24]	Râșniță principală; amprentă 230 × 270 mm, înălțime 615 mm; discuri de 64 mm.	4 780,38

[23] Webcoffee. Astoria Forma SAE Black, două grupuri: preț și specificații.

[24] Webcoffee. Fiorenzato F64 EVO Black New Display: preț și specificații.

Băutură	Pondere în băuturile vândute	Preț final inițial, lei
Espresso	10%	11,00
Americano	10%	12,00
Cappuccino	30%	15,00
Latte	23%	17,00
Iced americano	5%	14,00
Iced latte	9%	18,00
Ceai / infuzie	7%	12,00
Ciocolată caldă	6%	15,00

Ipoteză pentru alimente și reduceri	Valoare
Bonuri cu un produs alimentar	45% din totalul bonurilor
Ponderea vânzării la pachet	45%
Bonuri cu pachet promoțional	15%; reducere medie 2 lei/pachet
Structura produselor alimentare	Croissant cu unt 30%; Patiserie cu ciocolată 15%; Chec 15%; Biscuit 10%; Cheesecake cu fructe de pădure 18%; Prăjitură cu ciocolată 12%
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; Cheesecake cu fructe de pădure 8,50 lei; Prăjitură cu ciocolată 8,50 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.

Componentele unui bon mediu inițial	Lei
Băutura, cu TVA	14,77
Alimentul, ponderat după frecvența cumpărării, cu TVA	6,26
Reducerea medie pentru pachete, cu TVA	−0,30
Încasare medie după pachete, înainte de fidelitate	20,73

Sinteză

Cartier rezidențial

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

Aport propriu necesar	**195,957.75**
Numerar la deschidere	58,700.00
Bon mediu cu TVA, înainte de fidelizare	20.73

Rezultate anuale	Anul 1	Anul 2	Anul 3	Anul 4	Anul 5
Bonuri emise	35,053	37,128	37,128	37,128	37,128
Vânzări cu TVA	723,259	788,849	812,626	837,116	862,341
Venituri fără TVA	**608,148**	**663,302**	**683,293**	**703,884**	**725,093**
Costuri variabile	208,536	227,504	234,331	241,362	248,605
Costuri fixe	351,911	361,702	372,553	383,730	395,241
Cheltuieli de pregătire	12,599	–	–	–	–
Rezultat înainte de amortizare	**35,102**	**74,096**	**76,409**	**78,792**	**81,246**
Amortizare	18,592	18,592	18,592	17,600	16,010
Rezultat înainte de impozit	**16,510**	**55,504**	**57,817**	**61,192**	**65,236**
Impozit	7,297	8,881	9,251	9,791	10,438
PROFIT NET	**9,213**	**46,623**	**48,567**	**51,401**	**54,798**
Marja profitului net	*1.5%*	*7.0%*	*7.1%*	*7.3%*	*7.6%*
Flux net de numerar	**59,361**	**64,996**	**66,932**	**68,768**	**70,568**
Numerar la sfârșit de an	**118,061**	**183,057**	**249,989**	**318,757**	**389,325**
Cel mai mic sold din an	48,410	120,146	185,210	252,213	321,055

Cerere și riscuri

Cartier rezidențial

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

Formarea cererii · ipoteze comerciale ale proiectului	
Clienți recurenți în luna de referință	650
Cumpărări lunare pentru un client recurent	4
Bonuri ocazionale în luna de referință	520

Bonuri recurente	2,600
Total bonuri în luna de referință	**3,120**
Bonuri/zi înaintea sezonalității	120.0
Bonuri în luna de referință, scenariul ales	**3,120**

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.