PLAN DE AFACERI

Coffee to go

Birouri și tranzit



Rezumat executiv

Punctul Coffee to go deservește deplasarea către birouri, instituții și servicii de proximitate. Clientul cumpără o băutură bine executată într-o oprire scurtă, cu prețul și locul de ridicare ușor de identificat. Oferta este construită pentru frecvență, iar spațiul pentru preparare și predare. Investiția include 30 m², servire integrală la pachet și o echipă formată dintr-un barista angajat și antreprenorul implicat zilnic, remunerat. Nu sunt prevăzute locuri la masă, bucătărie sau laborator de patiserie.

Necesarul total este de 148 414 lei, acoperit prin aport propriu. Din această sumă, 38 000 lei reprezintă rezerva pentru funcționare, iar 6 600 lei rezerva pentru depășirea investiției. În scenariul de bază, firma obține un profit net de 14 249 lei în primul an și 41 619 lei în al doilea, după remunerația antreprenorului, promovare, amortizare și impozitul firmei.

Element	Configurația afacerii
Activitatea principală	Servirea băuturilor, CAEN 5630; societate cu răspundere limitată
Spațiu și serviciu	30 m²; 100% la pachet; fără locuri de ședere
Program comercial	Luni–sâmbătă, 07:00–16:00; 26 zile/lună în calcul
Echipă	Un salariat barista și administratorul remunerat; buget separat pentru înlocuiri
Volum după stabilizare	150 bonuri/zi la indice sezonier 100%
Bon mediu inițial	13,60 lei cu taxa pe valoarea adăugată (TVA), înaintea reducerii de club
Fidelizare	Club cu identificator digital și reducere imediată de 1 leu la băutura clasică eligibilă
Necesar total și sursă	148 414 lei; aport propriu; credit și grant zero
Profitabilitate	Anul 2: 41 619 lei profit net, marjă 8,0%
Orizont financiar	60 luni calculate; 24 luni detaliate în prezentare și sinteză pe cinci ani

Rezultatele descriu configurația economică analizată. Volumul este construit din frecvența cumpărării și clienți ocazionali, cu lansare treptată și sezonalitate. Scenariul prudent arată separat efectul cererii mai mici și al costurilor mai mari, inclusiv lunile în care rezerva inițială nu mai este suficientă.

Cuprins

Rezumat executiv

1. Conceptul afacerii și oferta comercială

2. Piața, clienții și concurența

3. Strategia de marketing și fidelizarea

4. Organizarea operațiunilor

5. Echipa și responsabilitățile

6. Investiția și amenajarea spațiului

7. Organizarea juridică și autorizarea activității

8. Proiecțiile financiare și scenariile afacerii

9. Finanțarea și relația cu investitorii

10. Managementul riscurilor

11. Calendarul de implementare

12. Profitabilitatea și perspectivele afacerii

Glosar

1. Conceptul afacerii și oferta comercială

1.1. Experiența de cumpărare

Punctul Coffee to go deservește deplasarea către birouri, instituții și servicii de proximitate. Clientul cumpără o băutură bine executată într-o oprire scurtă, cu prețul și locul de ridicare ușor de identificat. Oferta este construită pentru frecvență, iar spațiul pentru preparare și predare. Formatul comercial urmărește o oprire comodă: clientul vede oferta înainte de a ajunge la casă, plătește și se deplasează către capătul de predare. Recipientul și capacul sunt parte a produsului livrat, iar siguranța transportului are aceeași importanță ca prepararea băuturii.

Valoarea oferită este susținută de o rețetă repetabilă, un timp scurt de servire și un preț final ușor de înțeles. Designul micii unități rămâne vizibil în fațadă, meniu și ambalaj. Spațiul de lucru, spălarea ustensilelor, depozitarea și accesul personalului primesc buget propriu, chiar dacă clientul petrece puțin timp în interior.

1.2. Meniul și porțiile

Băutură	Porție	Preț final, lei
Espresso	30 ml	9,00
Americano	180 ml	10,00
Cappuccino	180 ml	12,00
Caffe latte	250 ml	14,00
Iced americano	350 ml	12,00
Iced latte	350 ml	16,00
Ceai	250 ml	10,00

Espresso și băuturile calde pe bază de cafea folosesc 9 g de boabe pentru extracția simplă. Băuturile reci folosesc 18 g, pentru a păstra intensitatea după adăugarea gheții. Cappuccino include 130 ml de lapte, iar latte 200 ml; volumele finale includ spuma. Sortimentul de ceai și ciocolata sunt achiziționate pe rețete cu cost de porție bugetat, fără a introduce ingrediente nespecificate în calcul.

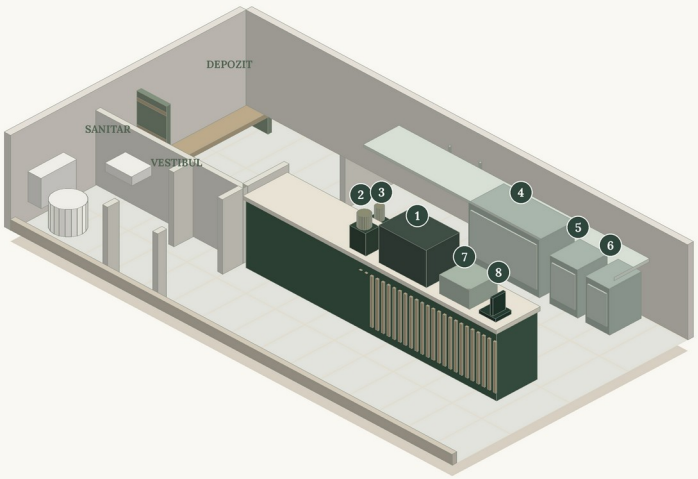
Produs alimentar	Porție de ofertare	Preț final, lei
Croissant cu unt	70 g	8,00
Patiserie cu ciocolată	80 g	9,00
Chec	80 g	8,00
Biscuit	30 g	5,00

COFFEE TO GO

Birouri și tranzit

30 m² • 4,00 × 7,50 m

Servire la pachet



1	Espressor cu două grupuri	**2**	Râșniță principală
3	Râșniță decofeinizată	**4**	Masă frigorifică 220 l
5	Spălare ustensile K40	**6**	Gheață Arktic 26 kg/zi
7	Expunere uscată patiserie	**8**	Încasare și identificare client

Culoar de lucru 1,30 m • Blat frontal 0,70 m • Linie din spate 0,60 m

Numerotarea identifică espressorul, râșnițele, masa frigorifică, spălarea, gheața, expunerea uscată și încasarea. Imaginea reprezintă o propunere de distribuție, cu volume dimensionate după echipamentele selectate. Culoarele, ușile, accesibilitatea și instalațiile sunt rezolvate în proiectul tehnic al imobilului; randarea comercială de pe copertă ilustrează atmosfera, fără a ține loc de releveu.

Amenajarea contemporană folosește stejar închis, verde profund și suprafețe ușor de întreținut. Accentele sunt concentrate pe frontul barului și lumină; restul spațiului rămâne liber pentru serviciu. Mesajele comerciale sunt reduse la meniu și la identificarea punctului de predare.

8.5. Rezultatele anuale și numerarul disponibil

Indicator, lei	Anul 1	Anul 2	Anul 3	Anul 4	Anul 5
Venituri fără TVA	473 530	517 501	533 306	549 586	566 353
Costuri directe și card	200 552	219 240	225 822	232 602	239 585
Cheltuieli fixe	229 471	235 887	242 963	250 252	257 760
Pregătirea inițială	9 860	0	0	0	0
Rezultat înainte de amortizare și impozit	33 647	62 374	64 521	66 731	69 009
Amortizare	14 663	14 663	14 663	12 872	11 282
Impozit al firmei	4 735	6 093	7 977	8 617	9 236
Profit net al firmei	14 249	41 619	41 880	45 242	48 490
Flux net produs în an	53 152	56 117	56 374	57 940	59 593
Numerar la sfârșitul anului	97 752	153 869	210 243	268 183	327 776

Primul an include 9 860 lei cheltuieli inițiale fără TVA deductibilă și perioada de lansare, ceea ce explică diferența față de anul al doilea. Marja netă este de 3,0% în primul an și 8,0% în al doilea an. Marja netă reprezintă profitul firmei împărțit la venituri, după remunerația antreprenorului și impozitul societății.

Fluxul de numerar pornește de la rezultatul fără amortizare, scade impozitul și variația banilor blocați în stoc și în încasările prin card, apoi include utilizarea TVA deductibile inițiale. Stocul final este dimensionat la cinci zile de cost direct, iar încasările prin card păstrează o întârziere bugetată de două zile. Aprovizionarea este plătită fără un credit furnizor presupus. Numerarul inițial cuprinde ambele rezerve; nu include garanția de chirie ca bani liber disponibili.

TVA inițială se compensează în model cu TVA de plată a exploatării, fără o rambursare imediată presupusă de la buget. Pentru stoc este folosită o cotă efectivă de intrare de 16%, ca medie de bugetare a alimentelor, ingredientelor și ambalajelor; aceasta nu este o cotă legală aplicabilă unei facturi. Modelul rezervă impozitul lunar pentru comparabilitate, deși scadențele fiscale efective pot fi trimestriale. Soldul prezentat nu include dividende, distribuții de aport sau un credit.

8.6. Pragul de rentabilitate

La mixul de produse și prețurile inițiale, acoperirea cheltuielilor fixe și a amortizării cere aproximativ 123 bonuri pe zi într-o lună cu 26 de zile, înaintea impozitului firmei. Calculul include o reducere medie de fidelitate de 0,25 lei pe bon. Pragul nu reprezintă o cotă de piață demonstrată: arată volumul necesar structurii de cost alese.

Sinteză

Coffee to go · Birouri și tranzit

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

Aport propriu necesar	**148,413.55**
Numerar la deschidere	44,600.00
Bon mediu cu TVA, înainte de fidelizare	13.60

Rezultate anuale	Anul 1	Anul 2	Anul 3	Anul 4	Anul 5
Bonuri emise	42,588	45,201	45,201	45,201	45,201
Vânzări cu TVA	568,824	621,643	640,631	660,189	680,333
Venituri fără TVA	**473,530**	**517,501**	**533,306**	**549,586**	**566,353**
Costuri variabile	200,552	219,240	225,822	232,602	239,585
Costuri fixe	229,471	235,887	242,963	250,252	257,760
Cheltuieli de pregătire	9,860	–	–	–	–
Rezultat înainte de amortizare	**33,647**	**62,374**	**64,521**	**66,731**	**69,009**
Amortizare	14,663	14,663	14,663	12,872	11,282
Rezultat înainte de impozit	**18,984**	**47,711**	**49,858**	**53,859**	**57,726**
Impozit	4,735	6,093	7,977	8,617	9,236
PROFIT NET	**14,249**	**41,619**	**41,880**	**45,242**	**48,490**
Marja profitului net	*3.0%*	*8.0%*	*7.9%*	*8.2%*	*8.6%*
Flux net de numerar	**53,152**	**56,117**	**56,374**	**57,940**	**59,593**
Numerar la sfârșit de an	**97,752**	**153,869**	**210,243**	**268,183**	**327,776**
Cel mai mic sold din an	40,684	99,425	155,831	212,251	270,241

Cerere și riscuri

Coffee to go · 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	520
Cumpărări lunare pentru un client recurent	6
Bonuri ocazionale în luna de referință	780
Bonuri recurente	3,120
Total bonuri în luna de referință	**3,900**
Bonuri/zi înaintea sezonalității	150.0
Bonuri în luna de referință, scenariul ales	**3,900**

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.