PLAN DE AFACERI

Coffee to go

Campus și zonă educațională



Rezumat executiv

Punctul Coffee to go deservește traseele dintre clădirile de învățământ, cămine, transport și locuințele apropiate. Băuturile au dimensiuni clare și prețuri accesibile pentru cumpărături repetate. Calendarul universitar are un rol central în dimensionarea stocului, promovării și rezervei de numerar. Investiția include 28 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 152 081 lei, acoperit prin aport propriu. Din această sumă, 47 000 lei reprezintă rezerva pentru funcționare, iar 6 400 lei rezerva pentru depășirea investiției. În scenariul de bază, firma obține un profit net de 13 082 lei în primul an și 41 927 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	28 m²; 100% la pachet; fără locuri de ședere
Program comercial	Luni–sâmbătă, 08:00–16:00; 26 zile/lună în calcul
Echipă	Un salariat barista și administratorul remunerat; buget separat pentru înlocuiri
Volum după stabilizare	165 bonuri/zi la indice sezonier 100%
Bon mediu inițial	12,93 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	152 081 lei; aport propriu; credit și grant zero
Profitabilitate	Anul 2: 41 927 lei profit net, marjă 9,1%
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 traseele dintre clădirile de învățământ, cămine, transport și locuințele apropiate. Băuturile au dimensiuni clare și prețuri accesibile pentru cumpărături repetate. Calendarul universitar are un rol central în dimensionarea stocului, promovării și rezervei de numerar. 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	15,00
Ceai	250 ml	10,00
Ciocolată caldă	200 ml	12,00

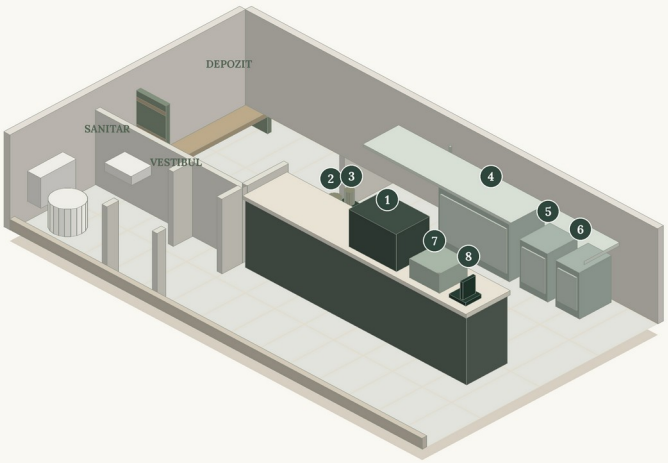
Espresso și băuturile calde pe bază de cafea folosesc 9 g de boabe pentru extracția simplă. Băuturile reci folosesc 18 g, pentru a păstra intensitatea după adăugarea gheții. Cappuccino include 130 ml de lapte, iar latte 200 ml; volumele finale includ spuma. Sortimentul de ceai și ciocolata sunt achiziționate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

COFFEE TO GO

Campus și zonă educațională

28 m² • 4,00 × 7,00 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 urbană folosește suprafețe luminoase, lemn deschis și accente grafice puține. Meniul și predarea sunt vizibile, iar spațiul nu este ocupat de mobilier pentru ședere. Continuitatea vizuală dintre pahare, fațadă și comunicare susține recunoașterea punctului.

8.5. Rezultatele anuale și numerarul disponibil

Indicator, lei	Anul 1	Anul 2	Anul 3	Anul 4	Anul 5
Venituri fără TVA	418 452	463 249	477 411	491 998	507 022
Costuri directe și card	176 423	195 409	201 276	207 319	213 544
Cheltuieli fixe	201 521	207 099	213 312	219 711	226 303
Pregătirea inițială	9 060	0	0	0	0
Rezultat înainte de amortizare și impozit	31 448	60 740	62 822	64 967	67 176
Amortizare	14 181	14 181	14 181	12 390	10 952
Impozit al firmei	4 185	4 632	4 774	4 920	5 070
Profit net al firmei	13 082	41 927	43 867	47 656	51 154
Flux net produs în an	51 003	55 967	57 903	59 897	61 952
Numerar la sfârșitul anului	104 403	160 370	218 273	278 170	340 122

Primul an include 9 060 lei cheltuieli inițiale fără TVA deductibilă și perioada de lansare, ceea ce explică diferența față de anul al doilea. Marja netă este de 3,1% în primul an și 9,1% 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 114 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 · Campus și zonă educațională

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

Aport propriu necesar	**152,081.46**
Numerar la deschidere	53,400.00
Bon mediu cu TVA, înainte de fidelizare	12.93

Rezultate anuale	Anul 1	Anul 2	Anul 3	Anul 4	Anul 5
Bonuri emise	39,692	42,684	42,684	42,684	42,684
Vânzări cu TVA	503,853	557,790	574,844	592,410	610,502
Venituri fără TVA	**418,452**	**463,249**	**477,411**	**491,998**	**507,022**
Costuri variabile	176,423	195,409	201,276	207,319	213,544
Costuri fixe	201,521	207,099	213,312	219,711	226,303
Cheltuieli de pregătire	9,060	–	–	–	–
Rezultat înainte de amortizare	**31,448**	**60,740**	**62,822**	**64,967**	**67,176**
Amortizare	14,181	14,181	14,181	12,390	10,952
Rezultat înainte de impozit	**17,267**	**46,559**	**48,641**	**52,576**	**56,224**
Impozit	4,185	4,632	4,774	4,920	5,070
PROFIT NET	**13,082**	**41,927**	**43,867**	**47,656**	**51,154**
Marja profitului net	*3.1%*	*9.1%*	*9.2%*	*9.7%*	*10.1%*
Flux net de numerar	**51,003**	**55,967**	**57,903**	**59,897**	**61,952**
Numerar la sfârșit de an	**104,403**	**160,370**	**218,273**	**278,170**	**340,122**
Cel mai mic sold din an	54,047	110,381	166,551	224,664	284,777

Cerere și riscuri

Coffee to go · Campus și zonă educațională

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

Formarea cererii · ipoteze comerciale ale proiectului	
Clienți recurenți în luna de referință	720
Cumpărări lunare pentru un client recurent	5
Bonuri ocazionale în luna de referință	690

Bonuri recurente	3,600
Total bonuri în luna de referință	**4,290**
Bonuri/zi înaintea sezonalității	165.0
Bonuri în luna de referință, scenariul ales	**4,290**

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.