PLAN DE AFACERI

# Coffee to go

## Cartier rezidențial



# Rezumat executiv

Punctul Coffee to go integrează cumpărarea cafelei în drumurile zilnice ale locuitorilor: plecarea la serviciu, cumpărăturile și deplasarea către școală sau parc. Oferta de proximitate combină cafeaua cu patiserie gata preparată, într-un spațiu mic, cu o identitate vizuală caldă. Investiția include 32 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 150 714 lei, acoperit prin aport propriu. Din această sumă, 38 000 lei reprezintă rezerva pentru funcționare, iar 6 900 lei rezerva pentru depășirea investiției. În scenariul de bază, firma obține un profit net de 21 073 lei în primul an și 46 889 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 | 32 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 | 130 bonuri/zi la indice sezonier 100% |
| Bon mediu inițial | 15,07 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 | 150 714 lei; aport propriu; credit și grant zero |
| Profitabilitate | Anul 2: 46 889 lei profit net, marjă 9,2% |
| 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 integrează cumpărarea cafelei în drumurile zilnice ale locuitorilor: plecarea la serviciu, cumpărăturile și deplasarea către școală sau parc. Oferta de proximitate combină cafeaua cu patiserie gata preparată, într-un spațiu mic, cu o identitate vizuală caldă. 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 | 13,00 |
| Caffe latte | 250 ml | 15,00 |
| Iced americano | 350 ml | 12,00 |
| Iced latte | 350 ml | 16,00 |
| Ceai | 250 ml | 11,00 |
| Ciocolată caldă | 200 ml | 13,00 |

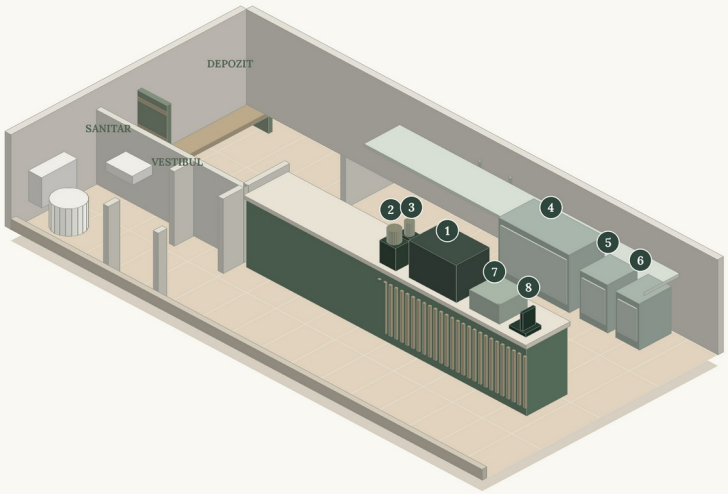
Espresso și băuturile calde pe bază de cafea folosesc 9 g de boabe pentru extracția simplă. Băuturile reci folosesc 18 g, pentru a păstra intensitatea după adăugarea gheții. Cappuccino include 130 ml de lapte, iar latte 200 ml; volumele finale includ spuma. Sortimentul de ceai și ciocolata sunt achiziționate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

**COFFEE TO GO**

Cartier rezidențial

32 m² • 4,00 × 8,00 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 vintage folosește tonuri de salvie, lemn cald și detalii de alamă discretă. Expresia este obținută prin mobilier nou și finisaje controlabile, fără a introduce aparate decorative vechi în fluxul alimentar. Identitatea rămâne compatibilă cu curățarea și iluminarea produselor.

## 8.5. Rezultatele anuale și numerarul disponibil

| Indicator, lei | Anul 1 | Anul 2 | Anul 3 | Anul 4 | Anul 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Venituri fără TVA | 469 185 | 511 728 | 527 329 | 543 398 | 559 949 |
| Costuri directe și card | 198 657 | 216 722 | 223 228 | 229 929 | 236 832 |
| Cheltuieli fixe | 220 162 | 226 426 | 233 219 | 240 215 | 247 422 |
| Pregătirea inițială | 9 360 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rezultat înainte de amortizare și impozit | 41 007 | 68 580 | 70 882 | 73 253 | 75 696 |
| Amortizare | 15 241 | 15 241 | 15 241 | 13 451 | 11 861 |
| Impozit al firmei | 4 692 | 6 449 | 8 902 | 9 568 | 10 214 |
| Profit net al firmei | 21 073 | 46 889 | 46 738 | 50 234 | 53 621 |
| Flux net produs în an | 59 760 | 61 939 | 61 782 | 63 482 | 65 273 |
| Numerar la sfârșitul anului | 104 660 | 166 599 | 228 381 | 291 863 | 357 136 |

Primul an include 9 360 lei cheltuieli inițiale fără TVA deductibilă și perioada de lansare, ceea ce explică diferența față de anul al doilea. Marja netă este de 4,5% în primul an și 9,2% 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 106 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 · Cartier rezidențial

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

| | |
|---|---|
| **Aport propriu necesar** | **150,713.55** |
| Numerar la deschidere | 44,900.00 |
| Bon mediu cu TVA, înainte de fidelizare | 15.07 |

| Rezultate anuale | Anul 1 | Anul 2 | Anul 3 | Anul 4 | Anul 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Bonuri emise | 37,975 | 40,222 | 40,222 | 40,222 | 40,222 |
| Vânzări cu TVA | 563,018 | 614,067 | 632,791 | 652,076 | 671,940 |
| **Venituri fără TVA** | **469,185** | **511,728** | **527,329** | **543,398** | **559,949** |
| Costuri variabile | 198,657 | 216,722 | 223,228 | 229,929 | 236,832 |
| Costuri fixe | 220,162 | 226,426 | 233,219 | 240,215 | 247,422 |
| Cheltuieli de pregătire | 9,360 | – | – | – | – |
| **Rezultat înainte de amortizare** | **41,007** | **68,580** | **70,882** | **73,253** | **75,696** |
| Amortizare | 15,241 | 15,241 | 15,241 | 13,451 | 11,861 |
| **Rezultat înainte de impozit** | **25,765** | **53,338** | **55,640** | **59,802** | **63,835** |
| Impozit | 4,692 | 6,449 | 8,902 | 9,568 | 10,214 |
| **PROFIT NET** | **21,073** | **46,889** | **46,738** | **50,234** | **53,621** |
| *Marja profitului net* | *4.5%* | *9.2%* | *8.9%* | *9.2%* | *9.6%* |
| **Flux net de numerar** | **59,760** | **61,939** | **61,782** | **63,482** | **65,273** |
| **Numerar la sfârșit de an** | **104,660** | **166,599** | **228,381** | **291,863** | **357,136** |
| Cel mai mic sold din an | 41,033 | 107,446 | 169,700 | 231,560 | 295,125 |

# Cerere și riscuri

Coffee to go · 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 | 780 |
| Bonuri recurente | 2,600 |
| **Total bonuri în luna de referință** | **3,380** |
| Bonuri/zi înaintea sezonalității | 130.0 |
| **Bonuri în luna de referință, scenariul ales** | **3,380** |

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.