

Plan de afaceri

Cofetaria

Coloruf muffin

Tomescu Eva-Maria

Trușcă-Giurcan Alin-Andrei

Cuprins

- 1. Sinteza planului de afaceri**
- 2. Prezentarea intreprinderii**
- 3. Produsele si serviciile firmei**
- 4. Programul de marketing si de vanzari**
- 5. Programul de dezvoltare a produselor**
- 6. Programarea activităților operationale**
- 7. Managementul activităților**
- 8. Planul financiar**

9. Oferta finală sau intreprenorială a planului de afaceri

1.Sinteza Planului de Afaceri

Descrierea succinta a firmei

Cofetaria Colorul Muffin se axeaza pe producerea briosei cu diferite aspecte si arome si comercializarea inghetatei (in special in sezonul de vara).

Piata cofetariilor din Turnu Magurele are in continuare un imens potential, in conditiile in care numarul actual de cofetarii este insuficient pentru populatia existenta, dar si datorita faptului ca femeile nu mai acorda timp bucatariei.

Societatea urmareste deschiderea unei cofetarii care sa ofere produse si servicii de calitate la preturi medii, reusind sa-si creeze astfel o clientela stabila care va recomanda cofetaria si altor clienti.

Prezentarea produselor si serviciilor

Oferta cofetariei este centrata pe briose (cu diferite sortimente: ciocolata, visine, mure , coacaze etc) si pe inghetata cu diferite fructe, bomboane si prajituri asociate.

Cand oamenii vor intra în magazin ei vor avea asemenea unui bufet suedez o groaza de bunatati: fructe, bomboane, mini-prajituri , toppinguri pe care le pot asocia inghetatei.

Aceste prajituri care se gasesc in bufet pot fi achizitionate si individual .Printre ele se numara: negrese, tiramisu etc..

Deasemenea inghetata se poate servi in niste cupe speciale sau in cornete simple sau cu diferite glazuri sau bomboane atasate.

Clientii pot degusta produsele de patiserie sau inghetata.

Se va lucra in mod exclusiv cu anumiți furnizori de ingrediente pentru prajituri astfel incat sa se asigure un inalt standard de calitate.

Pe langa produsele gasite în cofetarie, se pot lua comenzi in vederea realizarii diferitelor prajituri sau torturi, cofetaria avand in acest sens si un catalog cu produse. Pentru luarea comenzii cantitatea ceruta trebuie sa depaseasca 1 kg.

In interiorul cofetariei clientii vor avea acces gratuit la internet wireless si la anumite ziare si reviste mondene.

Piata potentiala si proiectiile cercetarii de piata

Romania este în momentul de fata afectata de criza economica financiara, observandu-se o scadere a pietei anumitor produse. Conditiiile economice actuale, incertitudinea locului de munca, precum si ingreunarea accesului la creditare au dus la o scadere a consumului, romanii orientandu-se in aceasta perioada catre cheltuielile de baza.

Piata cofetariilor este in scadere, locul lor fiind luat de prajiturile ambalate.

Potrivit studiilor Daedalus la consumator , aproape 50 % dintre acestia cumpara o prajitura ambalata cel putin o data pe saptamana.

Totusi, comparativ cu alte industrii, industria cofetariilor a fost mai putin afectata in ultima perioada, romanii preferand in continuare socializarea in afara casei ca metoda de relaxare si iesire din stresul zilnic.

In Municipiul Turnu Magurele numarul cofetariilor existente este in continuare redus (numai doua cofetarii care produc, in general, produsele clasice). Acesta situatie denota o piata cu potential, capabila sa absoarba noi concurenti.

Consumul prin cofetarii a crescut in ultima perioada. Romanii au inceput sa iasa mai mult in oras, sa socializeze intr-o cofetarie savurand o prajitura. Clientul obisnuit al unei cofetarii are varsta cuprinsa intre 18 si 45 de ani, este educat si apreciaza produsele si serviciile de calitate. O alta categorie de clienti o reprezinta femeile care vor sa-si surprinda familiile cu ceva delicios , fara a pierde timp indelungat in bucatarie.

Criza economica actuala a dus la o scadere a valorii notei de plata cu 10%-15% si mai putin a numarului de clienti. Focusul unitatilor de profil va fi atragerea si mai ales pastrarea clientilor existenti prin produse si servicii de calitate oferite intr-o atmosfera placuta care sa ii faca sa uite de stresul cotidian.

Avantajul competitiv al produselor si serviciilor

Produsele oferite de cofetaria noastra se vor baza pe diferente. In municipiul Turnu Magurele nu exista nici o cofetarie care sa produca briose.

Produsele noastre vor fi create intr-un mod original , vor avea un aspect placut si prin acest lucru vor atrage clienti.

Principalele aspecte financiare implicate

Pentru dezvoltarea activitatii, societatea si-a propus inchirierea unui spatiu aproape de centrul orasului, dar si al unuia pe malul dunarii pentru sezonul de vara, amenajarea acestor spatii in mod corespunzator si promovarea cofetariei in cadrul segmentului vizat.

Resursele financiare au urmatoarea structura:

-proprii: 10 000 euro

-imprumutate:5 000 euro

-atrase:10 000 euro

Acest proiect necesita o suma de 20 000 euro ,detaliata in planul de afaceri.

Societatea va fi infiintata conform Ordonantei de urgenta a Guvernului 6/2011 pentru stimularea infiintarii si dezvoltarii microintreprinderilor de catre intreprinzatorii tineri.

Profitabilitatea firmei

Profitabilitatea de succes a firmei ar fi de 80-90% tinand cont de deschiderea locuitorilor din Municipiul Turnu Magurele la ceva nou si de adaptabilitatea acestora , de barierele puse de persoanele existente pe aceasta piata si de modalitatea de lucru aplicata intr-o cofetarie, de modul natural si unic de preparare a produselor.

Echipa manageriala

Conducerea cofetariei este asigurată de Directorul General Plocon Cristina si de Responsabilul de Cofetarie Popa Anca.

Responsabilul de cofetarie este o persoană dinamică, flexibilă și cu o experiență bogată în acest domeniu, acumulată în ani de activitate si care cunoaste rolul muncii in echipa. Ea va fi responsabila de conducerea operationala a cafenelei, avand in subordine toti angajatii.

2. Prezentarea intreprinderii

Profilul firmei

Tipul activitatii principale il reprezinta producerea produselor de cofetarie si al inghetatei, in vederea crearii unei afaceri profitabile.

Scurt istoric

Societatea S.R.L.-D Colorful Muffin isi incepe activitatea in anul 2014 cu un capital social de 20000 euro.

Regimul juridic al firmei

Societate este organizata ca o Societate cu Răspundere Limitată – Debutant . Aceasta societate este reglementată de către Ordonanța de Urgență 6/2011 și a fost realizată în vederea stimulării înființării și dezvoltării microîntreprinderilor de către întreprinzătorii tineri.

Am optat pentru aceasta forma de organizare deoarece intreprinzatorul nu a mai avut nici o afacere deschisa inainte , el putand beneficia de un fond de 10 000 euro nerambursabili.

3.Produsele si serviciile firmei

Natura si destinatia produselor

Telul cofetariei este de a oferi un meniu special de briose, prajituri si inghetata de cea mai buna calitate intr-o atmosfera vesela si relaxanta.

Obiective:

- Deschiderea unei cofetarii de succes, avand ca segment tineri turneni din clasa de mijloc
- Un numar minim de 70 de clienti / zi in primul an de afaceri
- Dezvoltarea unei relatii de incredere cu clientii, astfel incat promovarea cofetariei sa se realizeze in primul rand prin recomandari

Cofetaria va vinde briose, prajituri, bauturi, milkshake-uri si inghetata, clientii principali fiind tineri cu varsta cuprinsa intre 15 si 55 de ani din clasa de mijloc din Turnu Magurele.

De asemenea, se va oferi acces gratuit la internet wireless si la o serie de ziare si reviste mondene.

Conform studiilor realizate, interesul principal al segmentului nostru tinta este axat pe calitatea produselor si a servirii, in concordanta cu o atmosfera placuta si cu preturi moderate. Consideram ca putem oferi produse la un pret mediu fara a sacrifica astfel calitatea acestora sau calitatea servirii.

Procese de fabricatie implicate

Aparatura necesara (pentru prepararea prajiturilor si pentru pastrarea produselor) va fi obtinuta direct de la furnizori, pe baza unui contract gratuit de comodat (una dintre parti, numita comodant, transmite in folosinta temporara si gratuita unei alte parti).

In felul acesta, firma va detine aparatura moderna, fara costuri suplimentare. In plus, furnizorii vor asigura si training-ul salariatilor privind utilizarea aparatelor dar si modalitatea de servire a produselor.

Aparatele necesare (pentru prepararea prajiturilor si a inghetatei) pot fi achizitionate sau luate in comodat de la furnizorii de ingrediente.

În al doilea caz (cel pentru care se optează în cadrul acestei afaceri), managementul se obligă să achiziționeze produsele doar de la acel furnizor, care poate impune un target lunar obligatoriu.

Avantajele de a lucra în parteneriat cu furnizori în loc de a achiziționa produsele dintr-un hipermarket precum Metro / Selgros / Carrefour :

- economie de timp - furnizorul va aduce ingrediente / bauturi la intervale de timp stabilite;
- costuri reduse - aparatele sunt luate în custodie în mod gratuit, nu achiziționate sau închiriate, iar service-ul este gratuit; se primesc de asemenea și toate materialele necesare servirii în mod gratuit (cesti, tave, meniuri, pahare, servetele, etc.);

Autorizațiile de funcționare necesare pentru deschiderea cofetăriei se obțin de la Ministerul Alimentatiei Publice, Primărie, Sanepid și Pompieri.

Calitatea produselor

Societatea este conștientă că pentru a crea o relație de lungă durată cu clienții săi, calitatea produselor și a serviciilor este un punct critic.

Pentru a asigura calitatea produselor finale, compania se bazează pe calitatea input-urilor și a proceselor. Astfel, furnizorii companiei sunt recunoscuți pe plan național (și chiar internațional) pentru calitatea produselor oferite. Procesul de preparare al produselor va respecta întocmai parametrii stabiliți, pentru a obține calitate maximă.

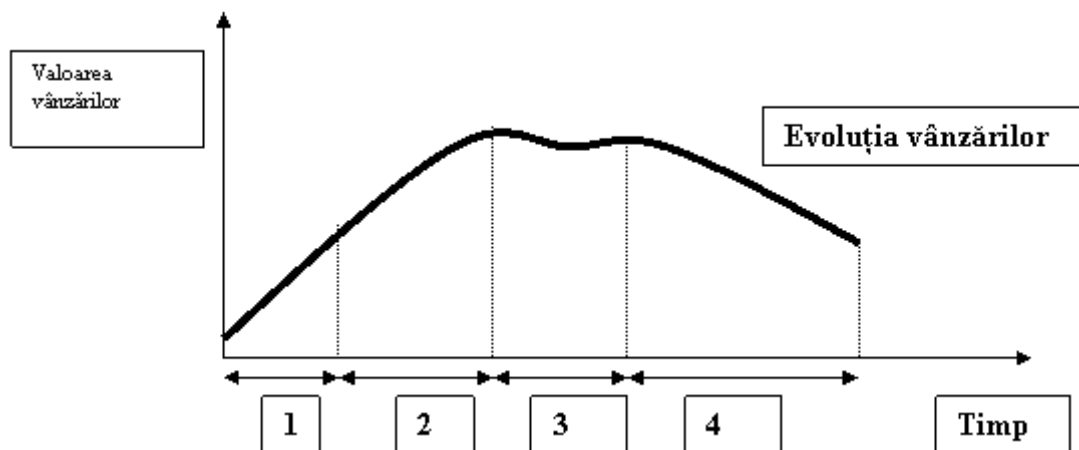
Astfel, cofetăria va respecta cu strictețe standardele de calitate, cerând aceeași atitudine și din partea furnizorilor și colaboratorilor săi.

De asemenea, societatea va permite o comunicare directă cu clienții, prin intermediul unei cutii de sugestii / reclamații existente în cofetărie dar și prin publicarea numărului de telefon al responsabilului de cofetărie într-un loc vizibil. Cutia de sugestii/reclamații va fi consultată în mod periodic, nemulțumirile și sugestiile clienților fiind atent analizate și soluționate.

Ciclul de viață al produsului

Ciclul de viață al produsului are graficul sub forma literei S, și este împărțit în patru părți sau etape:

1. lansare – corespunde unei perioade de creștere lentă a vânzărilor, determinată de apariția cofetăriei pe piață; profiturile sunt inexistente din cauza cheltuielilor mari de lansare;
2. creșterea – este o perioadă de acceptare rapidă a produsului de către piață și de creștere substanțială a profitului;
3. maturitatea – este o perioadă de scădere a creșterii vânzărilor, deoarece unele produse oferite de cofetărie sunt cunoscute de majoritatea cumpărătorilor potențiali;



4. declinul – este perioada in care vanzarile si profiturile scad.

Produsele si serviciile cofetariei se afla in faza de lansare ,ea urmand sa apara pe piata.

4.Programul de marketing si planul de vanzari

Segmentul tinta

Piata romaneasca a cofetariilor tinde sa transforme consumatorul intr-un client tot mai pretentios. Gusturile si preferintele romanilor au evoluat. Designul interior si serviciile conexe au inceput sa conteze de asemenea in alegerea unei cofetarii.

Cientii cofetariei' Colorful Muffin' sunt ,in special,locuitorii din Turnu Magurele, dar si alti oameni aflati in vizita aici si care fac parte din categoria middle class, cu varsta cuprinsa intre 15 si 55 de ani, sunt educati, le place sa socializeze si apreciaza un serviciu de calitate.

Cel mai mare trafic de clienti se va inregistra in weekend. In cursul saptamanii cele mai mare vanzari se vor realiza intre orele 7-9 si 14 – 18.

Concurenta este reprezentata de cofetariile 'Teica ' si 'Lucy ', ceea ce reprezinta un avantaj pe aceasta piata.

Obiectivele de marketing si definirea strategiei

Societatea urmareste intrarea pe piata cofetariilor, o piata cu un vizibil potential de exploatat chiar si in conditiile economice actuale.

Intentia conducerii este de a atrage si mai ales de a fideliza clienti din clasa de mijloc, oferind produse de calitate la un pret corect si cu un serviciu impecabil.

Cofetaria Colorful Muffin fi perceputa ca un spatiu cald si primitor, unde personalul se imprietenește cu clientii si creaza o relatie de incredere.

Se doreste ca baza promovarii cofetariei sa fie recomandarile clientilor multumiti, alocandu-se un buget mic (nu mai mult de 2% din vanzari) pentru promovare.

Analiza

Puncte Tari - Originalitate (designul special al produselor, programe de fidelitate, servicii conexe); - calitatea produselor si a servirii; - experienta responsabilului; - marja de profit; - locatia.	Oportunitati - numar in continuare redus de cofetarii; - o iesire la cofetarie presupune un cost mai mic decat o iesire la restaurant; - o mai mare deschidere a consumatorilor romani catre socializare in afara casei; - gusturile consumatorilor au evoluat, acestia apreciind acum o prajitura si un serviciu de prefera calitatea; - cresterea ponderii clientilor care iau prajitura la pachet; - scaderea chiriei pentru spatiile comerciale; - o mai mare usurinta de a gasi un spatiu comercial comparativ cu anii precedenti.
Puncte Slabe - lipsa unui renume pe piata cofetariilor din Romania; - lipsa de experienta a actionarului - fonduri proprii initiale insuficiente	Amenintari - o posibila scadere a consumului ca frecventa si cantitate; - conditii de creditare mai aspre; - lichiditate redusa pe piata; - cresterea costului cu materia prima; - devalorizarea monedei nationale.

Politica de pret

Preturile practicate vor incadra cofetariei in categoria medie. In functie de produs, cofetaria va practica un ados comercial de la 25% (bauturile) pana la 300% (briose, prajituri, inghetata).

Astfel, o briosa va costa intre 4 si 9 lei, o ciocolata calda intre 5 si 10 lei, bauturile non-alcoolice intre 5 si 15 lei, inghetata intre 5 si 12 lei, o prajitura intre 4 si 6 lei, un milkshake intre 10 si 12 lei, iar celalante produse luate prin comanda vor avea preturile in functie de cantitate, sortiment si de decoratiunile cerute.

In cursul saptamanii, intre orele 14.00 si 18.00, cofetaria va practica preturi reduse cu 20% pentru a atrage clientela.

Politica de distributie

Cofetaria isi va incepe activitatea cu o locatie de 100 mp. Se va urmari inchirierea unui spatiu intr-o zona cu trafic pietonal ridicat (in apropierea centrului orasului, al unui liceu si a spatiilor comerciale). Un alt aspect ar fi deschiderii unei terase in timpul verii pe malul Dunarii.

Spatiul cofetariei va fi amenajat astfel incat sa poata fi separat in doua sau trei saloane. Acest lucru va permite amenajarea unui spatiu pentru nefumatori in conformitate cu noua lege anti-fumat.

Programul de lucru va fi: Luni – Vineri 7.00 – 21.00 Sambata si Duminica: 09.00 – 19.00.

Conditii de vanzare

Vanzarea personala se bazeaza pe comunicarea directa intre agentul de vanzari si clientul potential.

Scopul comunicarii este acela de a-i informa si convinge sa cumpere produse sau sa utilizeze serviciile oferite de catre firma.

Plata produselor achizitionate se va face in numerar sau prin folosirea cardului bancar la casa de marcat.

Politica de promovare

Managementul doreste ca mecanismul cel mai puternic de promovare al cofetariei sa fie recomandarea clientilor multumiti.

Cofetaria va fi promovata constant prin ghidurile de petrecere a timpului liber atat in format hartie, cat si in format on-line (ex. www.localuri.ro, www.afterhours.ro). Prin aceste canale, se va prezenta o scurta descriere a cofetariei, a serviciilor oferite ,propria pagina de internet si un numar de telefon .

Un alt mijloc de promovare il reprezinta clientii multumiti care vor recomanda cofetaria si altor persoane.

Pentru a creste vanzarile Cofetaria va face o campanie promotionala folosind tombola.

Tombola presupune oferirea la cumpararea a 2 prajituri si a unui talon de participare pe care clientii il vor completa si il vor introduce intr-o urna ce se afla la iesirea din cofetarie. Tombola se desfasoara pe o perioada de o luna (01.05.2014 – 31.05.2014), extragerea se va face pe data de 01.06.2014, premiile fiind urmatoarele :

- premiul I: 300 RON,
- premiul II: 150 RON;
- premiul III: 50 RON;
- urmatorii 5 participanti la tombola vor primi cate o briosa gratis la alegere.

COFETARIA ' Colorful Muffin'

TALON DE PARTICIPARE

NUME:

PRENUME:

ADRESA:

TELEFON:

Extragerea va avea loc pe data de 01 iunie 2014

Cu ocazia tombolei se vor imparti fluturasi pe strada.

5. Programul de dezvoltare a produselor

Previzionarea vanzarilor

Managementul societatii a decis abordarea unei strategii moderate de previzionare a vanzarilor, dat fiind contextul economic general din Romania (si nu numai). Intr-adevar, piata cofetariilor a cunoscut o crestere considerabila in ultimii ani, insa, in conditiile actuale de piata se previzioneaza o evolutie mai modesta. Astfel, pentru urmasorii 3 ani, societatea prognozeaza o crestere anuala de 25%.

Dezvoltarea ulterioara

Managementul societatii este constient de evolutia rapida a tendintelor si nevoilor segmentului sau tinta. Studiile periodice de piata si analiza concurentei vor ajuta firma sa anticipeze dorintele clientilor sai si sa lanseze produse si servicii noi, astfel incat sa ramana in topul preferintelor acestora.

In conditiile in care cofetaria va fi prevazuta cu terasa aflata pe malul Dunarii, managementul considera ca vor fi fluctuatii importante in functie de anotimp.

Se doreste realizarea unei terase de vara pe malul Dunarii ,pentru a-i ajuta pe oamenii de pe plaja sa faca fata caldurii. Principalii clienti vor fi in special copii (5-12 ani) , dar si clientii cu varste intre 13- 50 de ani, deoarece nimeni nu poate sa stea pe plaja fara ca macar sa cumpere o bautura racoritoare.

Principalele produse comercializate de catre terasa vor fi: inghetata, bauturiile si milkshakeurile, insa pot fi achizitionate si celalate sortimente: briose, prajituri care vor fi aduse din cofetarie.

In viitor, in functie de sugestiile clientilor se vor lansa noi produse.

Se urmareste in principal axarea pe prajiturile traditionale, prajituri de casa, care vor fi produse din ingrediente naturale de cea mai buna calitate. Varietatea produselor va fi concretizata si prin produse adresate diabeticilor, prin produse de post. Retetele folosite vor fi atat cele traditionale , dar si retete inedite cu ingrediente surprinzatoare.

Pretul de vanzarea al prajiturilor este urmatorul:

-fursecuri si tarte : 25 ron/kg

-prajituri turnate :30 ron/kg

-torturi :35-40 ron/ kg

-prajituri in foi, ciocolata de casa 40 ron/kg.

6. Programarea activitatilor operationale

Graficul investitiei

Etapele operationale ce vor defini implementarea planului investitional sunt cuprinse in urmatorul tabel:

ANUL I						
Operațiuni	1	2	3	4	5	6
Proiecte, aprobari, avize	X	X				
Amenajare spațiu		X	X			
Incheiere contracte cu furnizori		X				
Achiziție mobilier siaparate de bucatarie.			X			
Transportul, montarea și probaaparateelor				X		
Recrutare și angajare personal			X	X		
Instruire și verificare personal					X	
Achizitia unui stoc initial de materii prime					X	

Inaugurarea cofetariei						X
------------------------	--	--	--	--	--	---

Planul de productie

Managementul prefera parteneriatul cu furnizorii in locul aprovizionarii din magazine gen Metro sau Selgross datorita economiei de timp (furnizorii vor aduce marfa direct la punctul de lucru) dar si datorita faptului ca astfel cofetaria va beneficia in mod gratuit de aparate si materiale promotionale.

Seful de cofetaria va fi responsabil de gestiunea stocurilor.

Procesul de productie presupune achizitionarea materiilor prime, coacerea /prepararea produselor,ansamblarea,decorarea acestora. Pentru aceasta avem nevoie de :

-achizitionare materii prime (faina alba si integrala, zahar , miere, siropuri si dulceturi naturale, praft de copt, lapte etc)

-preparare aluaturi si a inghetatei

-coacere

-umplere si decorare

Milkshake-urile se prepara pe loc , la cererea clientilor.

Principalele utilitatile necesare productiei:

-cuptoare -2 buc

-frigidere- 2 buc

-masa inox

-cantar

-masina inghetata

-mixer planetar

Protectia impotriva riscurilor

Managementul a hotarat incheierea unei polite de asigurare impotriva incendiilor, precum si instalarea unui sistem de alarma si a unor camere de supraveghere.

Managementul doreste un control strict al costurilor si asigurarea unui cash-flow stabil, astfel incat sa poata reactiona la evenimente neprevazute care ar putea afecta activitatea firmei.

Contractul de inchiriere este realizat pe un an, cu clauza de reinnoire automata. Pe parcursul acestui an, proprietarul nu poate mari chiria. S-a dorit stipularea acestei clauze in contract, pentru ca o eventuala marire de chirie sa aiba loc incepand cu al doilea an, cand cofetaria va avea un flux de clienti constant si o afacere mai stabila. Incepand cu al doilea an, societatea doreste incheierea contractului de inchiriere pe mai multi ani.

Aparitia unor noi concurenti in zona cofetariei ar putea diminua traficul de clienti. Managementul doreste sa se pregateasca pentru aceasta posibilitate prin fidelizarea clientilor, prin programe speciale.

Managementul nu doreste o rotatie mare a personalului. Pe langa salariile fixe, salariatii vor beneficia si de bonusuri in functie de performanta sau evenimente speciale. Responsabilul de cafenea va crea programe de motivare (implicarea tuturor salariatilor in activitatea firmei, responsabilizarea lor, bonusarea lor). Responsabilul cofetariei va beneficia trimestrial de un bonus format dintr-un procentaj din vanzarile realizate peste un anumit target.

7.Managementul activitatiilor

Organizarea afacerii

Directorul General va fi Plocon Cristina si va avea in subordine ierarhica intreg personalul cafenelei, impreuna cu Responsabilul cofetariei. Acesta va avea in subordine ierarhica si functionala cofetarii si persoanele responsabile cu curatenia/vanzarea.

Politica de management a resurselor umane

Programul de recrutare si verificare a personalului se va derula conform precizarilor din planul operational. Recrutarea personalului se va efectua direct de catre societate. Prima persoana angajata va fi Responsabilul cofetarie care se va implica ulterior in angajarea personalului operational.

Intregul personal va fi angajat cu carte de munca, pe durata nedeterminata. Remunerarea se va face prin salariu fix si se vor acorda prime cu ocazia anumitor evenimente. Salariul net lunar va fi 2000 lei pentru responsabilul cofetariei, 1000 lei pentru ajutor cofetar, 800 lei pentru personalul de curatenie/vanzator.

Responsabilul cofetariei va avea si un telefon mobil cu abonament platit de societate.

Personalul

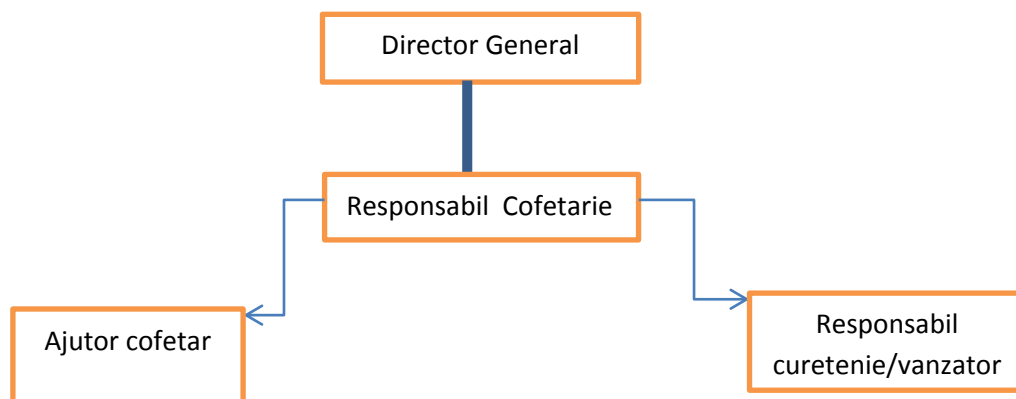
Personalul cafenelei va fi format din: un responsabil de cofetarie/cofetar, un ajutor cofetar si o persoana responsabila cu vanzarea produselor si cu curatenia.

Acestia vor fi in subordinea responsabilului de cofetarie, care va avea obligatoriu experienta in conducerea unei cofetarii. Seful de cofetarie va fi responsabil de activitatea curenta a cofetariei, de relatia cu furnizorii si clientii parteneri, dar va lucra si in mod direct cu managementul societatii pentru a stabili si respecta metodele de promovare ale ofetariei si bonusurile de performanta acordate salariatilor.

Ajutorul de cofetar va fi instruit de catre responsabilul de cofetarie.

Clientii nemultumiti vor avea la dispozitie atat o cutie de reclamatii (care va putea fi deschisa doar de catre responsabilul de cofetarie), cat si un numar de telefon mobil (de asemenea al responsabilului de cofetarie). Toate reclamatiiile vor fi solutionate de catre responsabilul de cofetarie, care va lua masuri pentru a minimiza nemultumirea clientilor (schimbarea produsului, oferirea unor produse din partea casei, etc.).

Organigrama



Directorii

Seful cofetariei va fi responsabil de activitatea curenta a cofetariei. El va avea in subordine toti angajatii, va mentine legatura cu furnizorii si partenerii cofetariei.

Responsabilul cofetariei va raspunde direct in fata actionarului.

C.V-ul directorului este atasat planului financiar.

Corpul consilierilor

Actionarul societatii va mentine legatura cu un avocat care sa-i ofere sfaturi juridice atunci cand are nevoie.

De asemenea vor incheia un contract de prestari servicii cu un contabil.

8. Planul financiar

Pentru toate cheltuielile s-a folosit un curs mediu de 4.3 Lei / EUR

Costuri cu investitia initiala

Amenajarile vor fi realizate de firma Leonora Construct, conform devizului de cheltuieli antecalculat cu ocazia intocmirii planului de afaceri. Astfel:

- instalatia electrica : pentru iluminat si functionarea unor utilaje : 1500 EUR ;
- instalatiile sanitare, care cuprind alimentarea cu apa calda, rece si canalizarea pentru evacuarea apei menajere : 1000 EUR ;
- instalatia de incalzire / racire : asigura confortul prin temperatura, umiditate constanta si aer purificat : 1500 EUR;
- instalatia pentru curentii slabi : telefon, calculator, camere supraveghere, alarma, casa de marcat, sonorizare etc. : 1000 EUR ;
- amenajari interioare :
 - o plafon si pereti rigips : 400 EUR ;
 - o indreptat pereti si zugravit cu vopsea lavabila : 600 EUR ;
 - o curatare parchet : 500 EUR;
 - o inlocuire gresie 20mp : 600 EUR (20 €/mp gresie + 10 €/mp manopera) ;
- organizarea interioara a cafenelei :
 - o Spatii de depozitare– 4 mp :
 - 1 frigider pentru bauturi racoritoare – asigurat gratis de catre furnizorul de bauturi racoritoare;
 - frigider/congelator pentru inghetata – asigurat gratis de furnizorul de inghetata;
 - vitrina frigorifica pentru mancare si prajituri – 300 EUR.
 - cuptore : 150 EUR;
 - mixer planetar 50 EUR;
 - cantar 20 EUR;
 - masina de facut gheata: 150 EUR;
 - mobilier tehnologic: mese de lucru, dulapuri, etajere: 1500 EUR.
 - o Vestiarul pentru salariatii – 3 mp: mobilier – 200 EUR
 - o Spatii de primire si servire: 80 mp (40 – 35 de locuri):
 - mesele: 15 buc x 100 EUR/ buc = 1500 EUR
 - fotolii: 30 buc x 50 EUR / buc = 1500 EUR
 - canapea de colt (2 persoane): 2 buc x 300 EUR / buc = 600 EUR

- televizor (lcd): 2 buc * 250 EUR / buc = 500 EUR
- decoratiuni interioare (vaze flori, plante de interior, tablouri, perdele, decoratiuni, suporturi, etc.): 500 EUR
- sistem video de supraveghere, monitorizare si inregistrare: 1.500 EUR
- o Inventarul pentru servire (vesela):
 - farfurii desert: 40 * 2 EUR / buc = 80 EUR
 - tacamuri (set: furculite + cutite + lingurite): 40 x 4 EUR / set = 160 EUR
 - pahare pentru bauturi racoritoare, scrumiere, servetele, tavi, suporturi pentru meniuri
- o Camera pentru depozitare: rafturi – 200 EUR
- o Birou – 4 mp
 - un calculator: 500 EUR
 - o imprimanta / copiator / fax / scanner: 300 EUR
 - un telefon: 100 EUR
 - diverse – birotica (dosare, hartie, pixuri, etc.): 100 EUR

Total costuri de investitii : 17 010 EUR

Costuri lunare

Costuri cu personalul

Pozitie	Numar	Salariul individual net - Lei
Sef cofetarie / Responsabil	1	2000
Ajutor Cofetar	1	1000
Manager / contabil	1	1200
Personal de curatenie	1	800
Total	4	5000

Costuri cu chiria

Chiriile din Turnu Magurele sunt accesibile.

S-a luat in calcul o chirie de 20 EUR / mp.

20 eur / mp * 100 mp = 2000 EUR / lunar

Costuri cu utilitatile (medie / luna): 260 EUR

Electricitate si apa: 250 EUR

Abonament RDS: 10 EUR

Costuri cu aprovizionarea

Consumul dintr-o cafenea se imparte in medie astfel:

- Ingrediente prajituri – 40%;
- Bauturi racoritoare – 15%;
- Inghetata – 20%

Un client consuma in medie 2 - 3 produse.

Costuri cu promovarea: 1% din vanzari = 160 eur / luna in primul an

Cifra de afaceri

Nota de plata pentru o persoana intr-o cafenea contine 2 sau 3 produse.

Flux de clienti: in primul an se estimeaza un flux de 100 de clienti zilnic, afacerea urmand sa creasca cu 25% pe an si sa ajunga in al doilea an la 125 de clienti zilnic, iar in al III-lea la 150 de clienti zilnic

In primul an – 100 de clienti zilnic – 3000 de clienti lunar

Cifra de afaceri lunara in EUR (4.3 lei / eur) = 47,634 RON = 11,077 EUR lunar in primul an = 132,934 EUR ANUAL

In al II-lea an – crestere cu 25 % - 166,167.5 EUR ANUAL

In al III-lea an – crestere cu 25% – 207,709.375 EUR ANUAL

Fond initial necesar

Total: 66 560 EUR

Investitia initiala in amenajare: 17 010 EUR

Salarii 6 luni: 6980 EUR

Chiria 6 luni: 12,000 EUR

Utilitati 6 luni: 1,560 EUR

Aprovizionare 6 luni: 28,050 EUR

Promovare 6 luni: 960 EUR

Profit lunar

Costuri lunare = 8 257,79 EUR

Salarii: 1162,79 EUR

Chiria: 2000 EUR

Utilitati: 260 EUR

Aprovizionare: 4675 EUR

Promovare: 160 EUR

Incasari lunare = aprox. 15,930 EUR

Profit lunar: 7672,20 EUR

Investitia initiala de 17,010 EUR se amortizeaza in 2,217 luni.

9.Oferta finala sau intreprenoriala a planului de afaceri

Cei 10.000 de euro reprezintă doar o contribuție de 50% din valoarea intregului proiect pentru care se accesează finanțarea. Asta înseamnă că cel puțin 50% din restul proiectului, trebuie să fie furnizat din alte surse.

Pentru suma de 5 000 de euro am ales furnizarea unui credit bancar; singura banca acceptată în program este CEC Bank.

Conditii credit CEC Bank:

Destinatia creditului: finantarea cheltuielilor eligibile aferente proiectului de investitii.

Perioada de creditare: maxim 60 luni

Perioada de gratie: maxim 12 luni

Garantiile:

- Scrisoare de garantare/notificare de includere in plafonul de garantare emisa de FNCGIMM ce va acoperi 80% din valoarea creditului (valoarea maxima poate fi echivalentul in lei a 80.000 euro);
- Ipoteca mobiliara/imobiliara asupra tuturor bunurilor achizitionate in cadrul Programului pana la nivelul egal cu 20% din valoarea creditului acordat de Banca;
- Contract de fidejusiune, conform conventiilor dintre Banca si FNGCIMM si depunerea de bilete la ordin, in alb, stipulate "fara protest" emise de societate in favoarea Bancii si avalizate de actionarii majoritari/ asociatii majoritari/administratori, dupa caz;
- Ipoteca mobiliara asupra conturilor curente ale clientului deschise la Banca in orice valuta.

Rambursarea creditului: se face lunar. In cazuri foarte bine justificate scadentele pot fi adaptate, in functie de specificul activitatii fiecarui beneficiar. Rambursarea anticipata este permisa fara plata comisionului de rambursare anticipata prin transmiterea unei Cereri de Rambursare Anticipata, conform conditiilor contractuale.

Cum se cheltuiesc banii luati prin programul SRL-D:

-Minimum 40% trebuie investiti, adica se pot cumpara: active corporale (terenuri, constructii, mobilier, echipament tehnologic, mijloace de transport doar in directa legatura cu activitatile codului CAEN cu care se acceseaza programul) si active necorporale (brevete, licente, francize) dar si realizare site. De precizat ca acestea trebuie sa fie considerate active amortizabile (sa aiba o valoare de peste 1800 de lei fara TVA)

-Maximum 60% cheltuieli operationale: materii prime, stocuri, salarii (valoarea neta), chirie, utilitati, publicitate, consultant.