

Plan de afaceri

Cuprins

- I. Informatii generale
- II. Descrierea afacerii
- III. Produsele/serviciile oferite
- IV. Analiza de piata
- V. Strategia de marketing
- VI. Planul operațional
- VII. Sustenabilitatea
- VIII. Planul financiar

I. Informatii generale

a) Informatii solicitant:

NUMELE ȘI PRENUMELE:	URSU ALIN-FLORIN
CNP:	1990402284542
CATEGORIA DE VÂRSTĂ:	23
GEN:	M
SERIA ȘI NR. ACTULUI DE IDENTITATE:	OT 944305
DOMICILIUL / REZIDENȚA (Comuna/Oraș/Municipiul/Sectorul, Strada, Numărul, Blocul, Scara, Apartamentul):	Comuna Curtisoara, Sat Curtisoara, Strada Curtea Domneasca, Nr.3
JUDEȚUL:	OLT
REGIUNEA:	S-V OLTENIA
LOCUL DE RESEDINȚĂ:	SLATINA
COD POȘTAL:	237115
NR. TELEFON:	0746209134
E-MAIL:	ursualinflorin@gmail.com
STUDII ABSOLVITE:	DIPLOMA BAC
UNIVERSITATEA - FACULTATEA / LOCUL DE MUNCĂ	Facultatea De Automatica, Calculatoare si Electronica / Product Development Specialist R&D Motorsport Pirelli
SPECIALIZAREA / OCUPAȚIA	Student/ Product Development Specialist

b) Informatii plan de afacere

DENUMIREA IDEII DE AFACERI:	FAST FOOD
DOMENIUL DE ACTIVITATE:	restaurante
TIP ACTIVITATE:	servicii

CAEN:	5610
LOCAȚIA	Curtisoara
JUDEȚUL	OLT
REGIUNEA	S-V OLTEA
Valoarea eligibilă a proiectului (cu TVA) - LEI	260.006 din care 148.615 ajutor de minimis și 111.391 lei contribuție proprie din încasările primului an

II. Descrierea afacerii

2.1. Prezentarea proiectului

a. Descriere generală (context, viziune, misiune, obiective) și prezentarea industriei vizate

Se va face o scurtă descriere a industriei (context actual, tendințe și posibilități viitoare), viziunea, misiunea, obiectivele, gama de produse/ servicii pe care le oferă, avantajul competitiv pe care îl are, strategia de intrare pe piață și de dezvoltare, forma legală a afacerii și structura actionariatului.

Potrivit studiului Herbalife „Atitudini și comportamente în stilul de viață al românilor“, 6% din populație (1,2 milioane de români) mănâncă zilnic la fast-food, iar 180.000-200.000 aleg shaorma, pizza și mâncarea chinezească. Numai piața livrării de pizza la domiciliu înregistra 25-30 de milioane de euro în 2013 (în condițiile în care valoarea medie a unei comenzi era de 35-43 de lei) și crește anual cu 15%. Deși această tendință de consum a pătruns și în rândul populației din Comuna Curtisoara (majoritatea frecventând localurile fast food când au ocazia să ajungă în Slatina de exemplu) totuși cei 5.112 locuitori ai comunei¹ nu au la dispoziție localuri de tip fast food.

Viziunea pe care se bazează afacerea este că pe viitor, pe măsura creșterii veniturilor populației și schimbării generațiilor, oamenii vor acorda tot mai puțin timp gătitului acasă și vor prefera să ia masa în oraș singuri/cu colegii (în pauza de prânz) sau împreună cu familia (seara sau în weekend/concediu). De asemenea, părinții vor prefera să le organizeze aniversările/zilele onomastice ale copiilor în localuri publice adecvate pentru a evita deranjul de acasă provocat de micii invitați.

Misiunea firmei mele va fi să le ofere locuitorilor din Curtisoara ocazia de a lua zi de zi o masă gustoasă și sănătoasă cu servire promptă și de a le organiza petreceri de neuitat pentru copiii lor într-un ambient atractiv.

Obiectivele de dezvoltare pe termen lung ale firmei sunt:

- 1) După 3 ani de funcționare aceasta va deveni cel mai frecventat local din Curtisoara de familiile cu copii.
- 2) În al 4-lea an de la înființare firma va deschide un al doilea punct de lucru în altă zonă a localității.

Firma va avea ca obiect de activitate producerea, servirea și livrarea produselor de tip fast-food și a pizzei italiene. Produsele se vor baza pe carne de pasare și legume proaspete de la producătorii cu tradiție din zona și condimente specifice acestor produse importate din țările cu tradiție în astfel de alimente.

Societatea noastră va presta următoarele genuri de activitate: producerea și realizarea la comandă a pizzei italiene și a preparatelor de tip fast-food cât și livrarea produselor la domiciliu.

¹ conform ultimului Recensământ din anul 2011

Principalul avantaj competitiv va consta în centrarea ofertei pe copii și tineri, dată fiind deschiderea spre nou a acestora și puterea lor de persuasiune asupra familiilor. Astfel, odată ce aceștia vor începe să frecventeze localul părinții sau bunicii îi vor urma cât de curând fie și numai pentru a le organiza aniversarea/onomastica în compania prietenilor/colegilor de școală sau de grădiniță.

Având în vedere că acest serviciu este nou pe piața locală, strategia de intrare pe piață va fi să menținem la început prețurile cât mai apropiate de costurile variabile/de producție (adaosul să fie minim) astfel încât să le dăm ocazia cât mai multor clienți să testeze serviciile și produsele noastre. Ulterior, vom crește prețurile produselor treptat până aproape de nivelul pieței locale.

Firma va fi societate cu raspundere limitata (S.R.L) cu acționar unic.

b. Obiectivele firmei - planul de dezvoltare pe termen mediu, evidențiind modul cum acesta se corelează cu investiția propusă prin proiect. Descrieți obiective realiste și credibile.

Pe termen scurt și mediu firma își propune următoarele obiective:

- 1) Înființarea a două locuri de muncă începând cu luna a 3-a de proiect.
- 2) În luna a 5-a de proiect încasările totale să depășească suma de 33.440 lei (30% din valoarea primei tranșe de finanțare)
- 3) Atingerea pragului de rentabilitate al afacerii în valoare de 17.000 lei/lună până la sfârșitul celei de a 11-a luni de proiect.
- 4) Creșterea cu 30% a cifrei de afaceri în al doilea an de funcționare față de primul an.
- 5) Până la sfârșitul anului al doilea de funcționare să mai creeze încă o jumătate de normă de lucru.

c. Descrierea activității propuse prin proiect

Se va descrie succint activitatea propusă a fi realizată prin proiect

Proiectul constă în următorul set de activități ce vor fi finanțate atât din ajutorul de minimis de 148.615 lei acordat de CEPİR cât și din încasările (în valoare de 164.000 lei) realizate în primul an de funcționare a afacerii:

1. Inchirierea unui spatiu adecvat prestarii serviciilor de fast-food și organizare evenimente.
2. Achiziționarea utilajelor/echipamentelor și mobilierului necesare deschiderii localului.
3. Amenajarea spatiului cat mai atractiv in special pentru copii.
4. Angajarea personalului
5. Obținerea autorizațiilor de funcționare
6. Deschiderea partidele pentru utilități – apă, electricitate, gaze
7. Aprovizionarea cu stocul inițial de materii prime de calitate
8. Promovarea afacerii
9. Subvenționarea cheltuielilor operaționale până la momentul atingerii pragului de rentabilitate al afacerii

d. Justificarea necesității proiectului

Se vor identifica oportunitățile și/sau amenințările identificate în strânsă legătură cu punctele tari/slabe ale întreprinderii noi înființare. In acest sens se recomandă realizarea unei analize SWOT.

Proiectul –care constă în deschiderea în comuna Curtisoara a unui local de tip fast food în care se pot organiza evenimente pentru copii- se bazează pe următoarele puncte tari și oportunități locale:

Puncte tari	Oportunități
--------------------	---------------------

- localul va fi dotat cu cele mai noi și performante echipamente –inclusiv aplicații IT profesionale pentru comenzi și video-conferințe/chat - ambient plăcut datorită mobilierului modern și al lucrărilor de amenajare a localului - materia primă pentru prepararea produselor va fi de cea mai bună calitate - Timp de așteptare foarte scurt de servire a meniurilor - Localul va avea suficient spațiu pentru organizarea de evenimente pentru copii (300 m²) - Personal loial și cu experiență - Servire la domiciliu (catering)	- În zonă concurența este redusă (pe fast food) sau lipsește cu desăvârșire (pe organizarea de evenimente pentru copii) - În proximitate există o densitate mare de locuințe și de instituții, de unde pot proveni mulți clienți -2 grădinite, 2 școli gimnaziale, dispensarul, primăria și Complexul Mechrom - Creșterea constantă a venitului populației se reflectă de regulă în consumul de servicii.
--	---

Proiectul este necesar pentru a compensa/preveni următoarele puncte slabe actuale și amenințări potențiale:

Puncte slabe	Amenințări
- lipsa de experiență în domeniu a antreprenorului - lipsa notorietății afacerii	Imaginea negativă pe care o are mâncarea de tip fast food în rândul unor părinți mai tradiționaliști

Având în vedere predominanța punctelor tari (poziția și suprafața localului și dotarea cu echipamente moderne, care vor permite deservirea simultană a unui număr mare de clienți) față de cele slabe (lipsa notorietății) și a oportunităților (clientelă numeroasă, concurență slabă, fondurile nerambursabile disponibile pentru investiție) față de amenințări (concurența potențială) firma va adopta de la bun început o strategie ofensivă (de tip S-O) prin care va urmări să se folosească de punctele sale tari (locația și echipamentele performante) pentru a exploata oportunitățile de pe piață (abundența clienților și concurența redusă) și să folosească oportunitatea fondurilor nerambursabile pentru dotarea localului cu echipamentele performante și mobilier care să creeze o atmosferă cât mai atractivă.

e. Impactul, în special cel economic

Se vor evidenția beneficiile directe și indirecte.

Pe lângă crearea a două noi locuri de muncă -bucătar și ospătar-distribuitor- în Curtisoara afacerea le va aduce locuitorilor orașului un local unde pot să ia masa în pauza de prânz fără să aștepte prea mult sau să facă rabat la calitate. Tot aici pot lua cina în familie persoanele ocupate, care nu au timp de gătit acasă (în special navetiștii care se întorc seara de la Slatina), atmosfera intimă și liniștită și meniurile sănătoase și variate făcându-i să se simtă ca acasă, iar locul de joacă amenajat în incintă permițându-le să se relaxeze după cină fără să fie deranjați de copiii care de regulă se plictisesc după servirea mesei.

De asemenea, localul îi va scuti de deranj și va economisi timpul familiilor (active) care organizează petreceri de ziua copiilor prin punerea la dispoziția a unei săli special amenajate și a tratației adecvate pentru micuții invitați.

f. Beneficiile și avantajele rezultatelor preconizate în urma implementării proiectului

Se vor detalia beneficiile și avantajele preconizate a se obține prin implementarea proiectului comparativ cu concurența (unde este cazul), prin construirea următorului tip de tabel:

Tabel nr. 1 Beneficii și avantaje ale rezultatelor preconizate prin implementarea proiectului comparativ cu ale concurenților

Puncte tari	Ale produsului/ serviciului dvs.	Ale concurenților			
		A	B	C	D
Calitate	Produse proaspete preparate cu materie primă de calitate. -5	4	3	3	3
Gamă	Oferim o gama larga de preparate atat pentru copii cat si pentru adulti. -4	3	2	2	3
Promovare	Periodic pe websitul localului vor fi postate noi feluri de mâncare apetisante cu descrieri preluate din reviste de specialitate/ recenzii ale unor experți în gastronomie. De asemenea, cu acordul clienților, vom posta pe website fotografii amuzante de la petreceri care îi vor determina și pe alți copii să își dorească să fie sărbătoriți în salonul nostru special amenajat. -5	2	2	2	2
Amplasare	Localul se află în zona centrală aproape de majoritatea instituțiilor la care învață sau lucrează clienții strategici ai afacerii dar și de locuințele acestora. -5	5	4	4	3
Servicii post-vânzare	După petreceri vom păstra cu acordul clienților fotografii în galeria de pe websitul localului pe care protagoniștii le vor putea accesa cu ușurință Pentru a le arăta și altora. -4	1	1	1	1
Distributie	Distributie în local și la domiciliu/locația din oraș aleasă de client -5	2	5	1	2
Tehnologie	Le putem oferi clienților acces pe telefon la camera video din sala de joacă pentru a putea să își supravegheze copiii fără să se ridice de la masa. De asemenea, în timpul petrecerilor vom putea organiza duplexuri/video-conferințe prin intermediul cărora părinții plecați din localitate să poată interacționa cu copiii sărbătoriți (să asiste în direct la tăierea tortului, de exemplu). -5	2	2	1	2
Total	33	19	19	14	16

Unde: A – Happy Mix Grill, B – Dabo Donner C –El Preda, D – Shaorma House,

Scala

1	2	3	4	5
nesatisfăcător	satisfăcător	bun	foarte bun	excelent

g. Resurse umane

Resurse umane: descrieți și explicați, în detaliu, schema organizatorică și politica de resurse umane, atribuții, responsabilități, strategia de dezvoltare a resurselor umane. Menționați numărul locurilor de muncă nou create.

Descrieți modul în care se va realiza recrutarea si selecția pentru posturile nou create.

Pentru început vor fi angajați numai un bucătar și un ospătar-distribuitor, afacerea fiind condusă personal de antreprenor în calitate de administrator și acționar unic care va da o mână de ajutor la servire în orele de vârf. Ambii angajați vor fi persoane cunoscute, pe a căror pricepere, experiență și loialitate mă pot baza. Bucătarul va pregăti toate meniurile comandate iar ospătarul le va livra la client (de regulă la sediul angajatorilor în pauza de prânz) sau la masă –în cazul cinelor servite la local de familiile cu copii și al organizării de petreceri pentru copii.

Recrutarea personalului s-a făcut deja din faza de pregătire a proiectului, viitorii angajați având un cuvânt important de spus în realizarea acestuia. Ei m-au ajutat să aleg spațiul pe care îl voi închiria și să întocmesc lista de echipamente necesare pentru dotarea localului.

Următorii angajați vor fi formați (ca ucenici) la locul de muncă pentru momentul extinderii afacerii –în al doilea an de activitate al firmei.

III. Produsele/serviciile care fac obiectul afacerii

Descrieți și explicați, în detaliu, produsul/serviciul/lucrarea ce face obiectul investiției propuse în proiect. Descrierea produsului: Descrieți explicit fiecare bun sau serviciu, caracteristici fizice (mărime, formă, culoare, design, capacități), tehnologia utilizată în producerea/ dezvoltarea lui (materii prime, echipamente, forța de muncă, patente etc - localizați, la nivel de regiune de dezvoltare/județ, sursa acestor elemente).

Descrierea serviciului: ce reprezintă, ce nevoi satisface, care sunt materialele și echipamentele necesare prestării serviciului, etape în procesul de prestare a serviciului, beneficii pentru clienți.

Prezentați modul în care tehnologiile noi, moderne vor fi utilizate în producerea/ menținerea/ dezvoltarea produsului/ serviciului.

Evidențiați noutatea, calități/avantaje ale produsului/ serviciului dvs. față de cel al competitorilor. Punctele tari ale afacerii (produsului/ serviciului), avantaje oferite față de competitori.

Riscuri identificate și măsurile prevăzute pentru diminuarea efectelor în cazul materializării acestor riscuri.

Localul le va oferi clienților în orele de prânz produse de fast food ce pot fi consumate pe loc sau luate la pachet și seara meniuri familiale ce pot fi consumate în tihnă în ambientul intim, relaxant al localului.

După amiaza și în weekend se vor organiza petreceri pentru copii (aniversări, zile onomastice) cu meniuri specifice pentru aceștia –porții de gramaj redus necondimentate, deserturi.

Prezentăm mai jos o listă de preparate pe care intenționăm să le introducem de la început în meniu. Pe parcurs, în funcție de preferințele clienților, acestea vor putea fi înlocuite cu altele noi.

Produse fast food:

- Shaorma Lipie Mica (Ingrediente: Carne pui 200 g, Lipie, Cartofi 200 g, Varză albă, Castraveți murați, Ceapă roșie, Roșii, Salată verde 200 g, Sos de usturoi, Sos de măsline, Sos dulce-acrișor, Sos de legume. 410 g)
- Shaorma Lipie Mare (Ingrediente: Carne pui 200 g, Lipie, Cartofi 200 g, Varză albă, Castraveți murați, Ceapă roșie, Roșii, Salată verde 200 g, Sos de usturoi, Sos de măsline, Sos dulce-acrișor, Sos de legume. 610 g)
- Shaorma Farfurie (Ingrediente: Carne pui 200 g, pita, Cartofi, 200 g, Varză albă, Castraveți murați, Ceapă roșie, Roșii, Salată verde 200 g, Sos de usturoi, Sos de măsline, Sos dulce-acrișor, Sos de legume. 410 g)
- Meniu Snitel Pui (Ingrediente: 2 buc snitele 200 g, Cartofi 200 g, sortimente de salate 200 g, Sos de usturoi, Pita. 610 g + 90g Pita)
- Meniu crispy (Ingrediente: Crispy carne piept de pui 200 g, Cartofi 200 g, Salată la alegere 200 g, Sos usturoi, Sos dulce-acrisor, 610g + 90 g Pita)
- Meniu Aripioare crispy 200 g + Cartofi 200 g + Salata la alegere 200 g, sos de usturoi, sos dulce-acrisor + Chifle/ pita 610 g+ chifle/ pita 90 g)

- Meniu piept de pui la gratar 200 g +cartofi 200 g+salata/diverse sortimente 200 g + pita/chifla 610 g+ 90 g pita/chifla
- Meniu pui shangai 200 g+cartofi 200 g+salata/diverse sortimente 200 g+chifle/ pita 610 g+ 90 g pita/chifla
- BURGER sau kebab (Ingrediente: Carne pui 80 g, Varză, Castraveciori murați 100 g, Cartofi 100 g, Sos de usturoi, Sos dulce-acrisor, chifla. 310 g+ 90 g chifla)
- ȘNIȚEL PITA (Ingrediente: Șnițele 100 g, Cartofi 200 g, Varză albă, Castraveți murați 200 g, Sos dulce-acrișor, Sos de usturoi, Pita. 510 g
- PITA (Ingrediente: FAINA DE GRAU, apa, zahar, ulei, ulei de masline, sare, drojdie 110g.
- Diverse salate de crudități
- SOS USTUROI
- SOS LEGUME
- SOS MĂSLINE
- SOS DULCE ACRIȘOR

Produsele si preparatele din gama fast food vor avea un ambalaj personalizat in functie de varsta clientului si anume cele pentru copii vor avea un ambalaj atractiv iar celalalte vor avea ambalajul cu numele firmei, date de contact cat si o listă de preparate de bază din meniu.

Pizza:

- Pizza Margherita (mozzarella, oregano, sos de rosii)
- Pizza Quattro Stagioni (sunca, ciuperci, masline, mozzarella, gogosari, sos de rosii)
- Pizza Quattro Formaggi (mozzarella, gorgonzola, parmezan, branza feliata, sos de rosii)
- Pizza Capricciosa (mozzarella, sunca, ciuperci, carnaciori afumati , salam picant, masline, oregano, suc de rosii)
- Pizza Vegetariana (masline, vinete, dovlecei, ardei gras, porumb, sos de rosii) , optional cu/fara mozzarella
- Pizza la alegerea clientului in special adresata copiilor care vor fi fascinati sa-si personalizeze pizza cu ingredientele dorite chiar in fata acestora.
- Topping normal: mozzarella (50gr), cascaval (50gr), sunca presata (40gr), salam picant (40gr), carnaciori (40gr), bacon (40gr), piept pui (40gr), ou, ton (40gr), ciuperci (20gr), masline (20gr), ardei gras(20gr), porumb (20gr), dovlecei (20gr), ceapa (40gr).

Pizza se va produce in 2 variante cu blat subtire si pufos. Dimensiunile si greutatele pizzei propuse de societatea noastra sunt urmatoarele: Pizza va avea un diametru de circa intre 30 cm- 40 cm si o greutate intre 550-800 g. Vom avea si un sortiment de pizza (Pizza la alegerea clientului), comandata complet dupa dorinta clientului.

Produsul original al firmei pizza la alegerea clientului va satisface gusturile fiecărei persoane gratie posibilitatilor de personalizare completa pe care le oferim clientilor. Viitorii clienti ai firmei vor putea comanda pizza continuand diferite toppinguri si condimente specifice la alegere.

Cât privește shaorma, aceasta se va prepara cu un blat din acelasi material ca al pizzei, continutul avand disponibile o gama larga de sosuri, dupa preferinta.

O parte dintre materiile prime necesare preparării produselor vor fi achiziționate direct de la producători din regiune/județ, cum ar fi: S.C Diana S.R.L, AVICARVIL.S.R.L sau de la producători agricoli cu atestat care vin zilnic în piața agro-alimentară din vecinătate –legume, ouă și lactate. Restul ingredientelor vor fi procurate de la firmele de distribuție.

Întreprinderea preconizeaza sa foloseasca un ambalaj original, in care va fi livrata pizza. Acesta va consta cutii de carton, avand imprimate pe fata emblema intreprinderii si date ce caracterizeaza intreprinderea, adresa punctului de lucru, numerele de telefon și o listă de preparate de bază din meniu.

De asemenea intreprinderea va primi comenzi de livrare a pizzei la consumatori pentru zile de nastere, sarbatori si alte ocazii speciale.

Vor exista două moduri de deservire a consumatorilor: unul în incinta restaurantului și celălalt prin livrarea la domiciliul clientului.

Beneficiile clienților pe care le aduce restaurantul sunt calitatea preparatelor, timp foarte scurt de așteptare, cadru plăcut, spațiu de joacă recreere pentru copii.

La nivelul serviciilor, calitatea este percepută prin intermediul altor dimensiuni decât cele care apar în cazul produselor, și anume:

- aspectele tangibile, constituite din echipamentul tehnic utilizat și echipamentul uniformelor sugestive ale angajaților care prestează serviciul,
- credibilitatea este încrederea că serviciul va fi efectuat la nivelul promis; ea se construiește în timp, prin vorbele răspândite de clienți,
- receptivitatea este dorința de a ajuta clientul și de a-i furniza un serviciu prompt,
- competența este data de cunoștințele și îndemânarea angajaților,
- personalizarea constă în acordarea unei atenții individualizate fiecărui client în parte,
- curtoazia este prietenia afișată în timpul contactării clienților,
- comunicarea presupune furnizarea informațiilor pe înțelesul clienților.

Relevanța acestor dimensiuni diferă considerabil în funcție de natura produsului sau serviciului și de posibilitățile clienților de a le evalua.

Una dintre strategiile de diferențiere în raport cu concurenții constă în crearea unei linii largi de produse ca să nu furnizeze numai o singură soluție, ci un întreg sistem. O linie largă, completă atrage un număr mult mai mare de clienți potențiali.

Toate preparatele au nevoie să beneficieze de poze cât mai frumoase, executate de către un fotograf profesionist și care să pună în valoare măiestria bucătarului. Mulți dintre clienți se hotărăsc atunci când văd mâncarea, așa că acesta este un punct foarte bun în a-mi crește și construi brandul.

Nivelul concurențial fiind ridicat trebuie să ies în evidență comparativ cu ceilalți competitor prin care o să adaugi ceva în plus întotdeauna, atât în ceea ce privește conținutul, cât și modul de promovare.

În incinta restaurantului va exista un colaj pe LCD-ul care vor fi postate diverse rețete sau chiar modul de preparare al propriilor meniuri cât și pizza care se va face în fața clientului.

Pentru ai determina pe clienții să cumpere produse, societatea va pune accentul, în primul rând, pe calitatea deosebită a serviciilor prestate, prețul convenabil, amabilitatea la îndeplinirea comenzii, noutatea serviciului și produsului.

VI. Planul operational

Descrieți modalitatea în care afacerea dvs. va funcționa. Care sunt procesele? De unde veți achiziționa materialele, materia primă și cum sunt acestea transformate în produs finit? Care sunt etapele furnizării serviciului dvs. și cum acesta ajunge la client? Prezentați informații cu privire la spațiile de care aveți nevoie pentru derularea activităților de producție vânzare/ management și organizare/furnizare servicii, inclusiv informații privind costurile estimate în acest context. Explicați avantajele localizării afacerii într-un anumit loc (dacă este cazul).

Mentionați echipamentele de care veți avea nevoie în derularea afacerii, componentele de tehnologie (dacă este cazul), facilități și costurile implicite ale acestora, care se vor regăsi în buget (precizați dacă sunt aplicabile anumite metode de producție, echipamente sau facilități speciale, sau criterii tehnice asociate cu această afacere): de ce tip de echipament de producție veți avea nevoie?; îl puteți închiria?; ce tip și mărime a facilităților/ spațiilor este necesară?; care sunt costurile asociate?; de ce alte elemente/ componente aveți nevoie pentru susținerea întregului proces de producție și furnizare?

Prezentați care sunt autorizațiile, certificatele, licențele, brevetele și mărcile de care veți avea nevoie, precum și costurile și procedurile de dobândire ale acestora.

Prezentati informații referitoare la furnizori, termene și modalități de plată, stocuri de mărfuri, aprovizionare.

Vă rog să prezentați: a) graficul activităților planului de afaceri (lunar timp de 12 luni, perioada de implementare a proiectului) și incluzând toate aspectele relevante desfășurate și b) graficul activității pe următoarele 18 luni în perioada de sustenabilitate, realizat pe trimestru în această perioadă.

Aprovizionarea cu materii prime

O parte dintre materiile prime necesare preparării produselor vor fi achiziționate direct de la producători agricoli cu atestat care vin zilnic în piața agro-alimentară din vecinătate –legume, ouă și lactate. Restul vor fi procurate de la distribuitori. Materiile prime/ingredientele vor fi livrate de furnizori la restaurant și vor fi recepționate de bucătar. Toate vor avea certificate de conformitate/calitate avize sanitar-veterinare și termene clare de valabilitate.

Prepararea produselor

Bucătarul își va pregăti ingredientele din care va prepara apoi produsele din meniu pe bază de comenzi respectând rețetarul aprobat.

Livrarea

Produsele vor fi livrate fie la tezghea sau la locația indicată de client (de regulă în orele de prânz) sau la masă –în cazul cinelor de tip familial și al petrecerilor pentru copii. Cateringul se va face cu o tricicletă cu recipient izoterm din inox alimentară, autorizat de Direcția Sanitar Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor.

Curățenia/igienizarea

Curățenia va fi asigurată în permanență de angajați, care vor fi ajutați de administrator de câte ori va fi nevoie. Periodic se va apela la serviciile unor firme specializate pentru lucrări de curățenie generală și de dezinsecție/deratizare.

Gestionarea selectivă pentru fiecare tip de deșeu va fi asigurată de o firmă autorizată. Pentru colectarea subproduselor de origine animală rezultate din activitatea desfășurată se va încheia contract de prestări servicii cu o unitate de ecarisare autorizată,

Localul are următoarele spații special amenajate:

1. Sala de servire a mesei – 250 m²
2. Bucătaria de 20 mp și este împartită în mai multe zone, fiecare echipată corespunzător (gratar, cuptor, aragaz, masa de comenzi, locul de preparare a meniurilor, salatelor)
3. Locul de spălare a vaselor separat de locul unde se prepară mâncarea.
4. Magazii de depozitare a produselor semipreparate dotate cu frigidere în care se păstrează fiecare clasă de produs separat conform normelor.
5. Vestiar și toaletă personal
6. Toalete clienți

Echipamentele și ustensilele profesionale pentru bucătărie (în valoare de 76.616 lei) și mobilierul și echipamentele de joacă pentru separarea copiilor (în valoare de 4.000 lei) sunt descrise detaliat la capitolul 4 din Anexa 1A –Bugetul de minimis. Acestea li se mai adaugă un sistem de supraveghere video, o firmă luminoasă, sistemul complet de vânzare și gestiune, o tricicletă utilitară pentru livrări, trusă medicală, extincatoare, router, videoproiector, materii prime și consumabile necesare demarării activității.

Într-o primă fază se va depune la Registrul Comerțului o declarație-tip pe propria răspundere pentru autorizarea funcționării punctului de lucru și se va solicita acordul de funcționare de la Primăria Comunei Curtisoara. Atât localul cât și vehiculul utilizat pentru catering vor fi avizate de Direcția Sanitar Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor după instalarea tuturor echipamentelor de producție. Se vor mai solicita și obține autorizații și avize de funcționare de la DSP, ITM, ANPM și ISU (localul fiind la etaj) și licențe neexclusive de comunicare publică în scop ambiental a muzicii, de la UPFR, UCMR-ADA și CREDIDAM.

Activități în cadrul proiectului	Luna											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 Realizarea planului de achiziții												
2 Amenajarea localului												
3 Contractarea utilităților și a echipamentelor												
4 Montarea și punerea în funcțiune a echipamentelor												
5 Obținerea autorizațiilor de funcționare												
5 Angajarea și instruirea SSM a personalului												
6 Aprovizionarea cu consumabile												
7 Inaugurarea localului												
8 Promovarea afacerii												
9 Prepararea și distribuția produselor și organizarea evenimentelor												

Activități în perioada de sustenabilitate	Trimestrul					
	1	2	3	4	5	6
Aprovizionarea cu materii prime						
Promovarea afacerii						
Prepararea și distribuția produselor și organizarea evenimentelor						

VII. Sustenabilitatea

Se va descrie:

- Metodologia de monitorizare, evaluare și control a proiectului.
- Capacitatea de a asigura menținerea, întreținerea, funcționarea înneetițieilentității după încheierea proiectului și încetarea finanțării nerambursabile.
- Modul în care proiectul contribuie la introducerea și/sau utilizarea de echipamente, tehnologii care asigură protecția mediului și/sau care conduc la diminuarea consumurilor de materii prime, materiale, de energie, combustibil (dacă este cazul). Trebuie să se descrie concret activitățile ce vor promova concret sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiența din punctul de vedere al utilizării resurselor.
- Modul în care principiile egalității de șanse, de gen și nediscriminare sunt promovate prin investiția propusă, detaliindu-se concret, care sunt măsurile și instrumentele prin care solicitantul va garanta aplicarea respectivelor principii.
- Măsurile ce vor promova inotiarea sociala.

- *Masurile ce vor promova concret utilizarea si calitatea TIC prin implementarea unor solutii TIC in procesul de productiefumizare de bunuri, prestare de servicii si/sau executie de lucrari.*
- *Acolo unde este cazul, corelarea cu temele orizontale: accesibilitate, protecția mediului si eficienta energetica, inclusiv calitatea aerului, durabilitate, poluatorul plătește si reciclarea deșeurilor protecția biodiversității si ecosistemului, protecția împotriva dezastrelor naturale, schimbare demografică, societate informațională si tehnologii inovative.*

Pe toată perioada de implementare și de sustenabilitate proiectul va fi monitorizat de antreprenor împreună cu reprezentantul finanțatorului (CEPIR), toate cheltuielile aprobate în contractul de subvenție urmând să fie avizate în prealabil de acesta.

Capacitatea de menținere a afacerii este garantată de următorii factori:

Pe toată perioada de implementare și de sustenabilitate proiectul va fi monitorizat de antreprenor împreună cu reprezentantul finanțatorului (CEPIR), toate cheltuielile aprobate în contractul de subvenție urmând să fie avizate în prealabil de acesta.

Capacitatea de menținere a afacerii este garantată de următorii factori:

- a) Tendința crescătoare a pieței – așa cum arată toate statisticile o dată cu creșterea veniturilor populației tot mai multe persoane iau masa la restaurant.
 - b) Soldul final disponibil al afacerii va crește de la 52.000 lei la sfârșitul primului an la peste 67.000 lei la sfârșitul anului 2 de activitate.
 - c) Intervalul de siguranță al afacerii -diferența dintre cifra de afaceri la capacitate maximă în valoare de 30.000 lei/lună și pragul de rentabilitate de 20.000 lei/lună- este de 120.000 lei/an, ceea ce conferă un grad ridicat de sustenabilitate al afacerii și un potențial de creștere considerabil pentru aceasta.
- Folosirea în local și în exterior (firma luminoasă) a sistemelor de iluminat cu LED (în loc de becuri cu incandescență) și echipamentele frigorifice de clasă energetică A++ vor reduce consumul de energie electrică cu cel puțin 15%.
 - Nediscriminarea și inovarea socială vor fi asigurate prin servirea fără discriminare a oricărui client indiferent de rasă, sex sau vârstă –lucru care va fi afișat la vedere în holul de acces în local. Tot la inovare socială se încadrează și politica firmei de a dona porțiile intacte rămase/ necomandate la sfârșitul programului către familii dezavantajate prin intermediul unui ONG (gen Crucea Roșie).
 - Tehnologia Informației și a Comunicațiilor va fi utilizată în mod special prin promovarea afacerii (anunțuri publicitare pe facebook și semnalizarea afacerii pe Google Maps) și pentru securizarea acesteia, sistemul de alarmă permițând monitorizarea video a localului în timp real pe Internet. De asemenea, pe websitul firmei va exista o galerie cu imagini de la petrecerile organizate în salonul nostru. În plus, tot prin intermediul TIC le putem oferi clienților acces pe telefon la camera video din sala de joacă pentru a putea să își supravegheze copiii fără să se ridice de la masa. De asemenea, în timpul petrecerilor vom putea organiza duplexuri/video-conferințe prin intermediul cărora părinții plecați din localitate să poată interacționa cu copiii sărbătoriți (să asiste în direct la tăierea tortului, de exemplu).
 - Livrarea preparatelor (activitatea de catering) se va face cu tricicleta și nu cu un autovehicul pentru a reduce emisiile de carbon.
 - La achiziționarea echipamentelor un criteriu de selecție va fi noutatea tehnologiei incorporate de acestea. În acest an li se va cere ofertanților să menționeze anul de fabricație al echipamentelor și tehnologia folosită de acestea.

VIII. Planul financiar

Cheltuielile de investiție sunt asimilate cu totalitatea cheltuielilor necesar a fi efectuate în scopul deschiderii unei afaceri. Se va completa Anexa I.A -Bugetului planului de afaceri.

Realizați o preoizionare și justificați categoriile de cheltuieli și venituri pe următorii 3 ani de la înființarea întreprinderii. Se va completa Anexa I.B -Proiecția veniturilor și cheltuielilor.

Cheltuielile de investiție –cap. 4 din *Anexa I.A Bugetului planului de afaceri* - se încadrează în valoarea subvenției acordate, astfel că afacerea va putea fi demarată exclusiv din aceasta. Totuși, antreprenorul va contribui la cheltuielile necesare pentru susținerea afacerii în primele 18 luni de funcționare a firmei cu suma de 211.091 lei (dintre care 111.391 lei în primul an) din încasările de 271.000 lei realizate în această perioadă.

Pentru menținerea celor două locuri de muncă și asigurarea cheltuielilor fixe (inclusiv amortizarea mijloacelor fixe) firma ar trebui să aibă încasări lunare de peste 20.000 de lei (pragul de rentabilitate calculat la un adaos comercial de 100% la preparate), valoare pe care o va atinge progresiv în luna a 11-a de proiect. Acest prag reprezintă 67% din capacitatea maximă de producție, ceea ce înseamnă un interval de siguranță anual de 120.000 de lei –mai mult decât suficient pentru stabilitatea afacerii.