

# Pub-ul "Adio sesiune"

“Pub de studenți pentru studenți”

## Plan de afaceri

Țaga Dan-Claudiu 1307A

Toșcariu Alberto-Ionuț 1307A

Moroșanu George 1307A

Facultatea de Automatică și Calculatoare

Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi” din Iași

# 1. Descrierea planului de afaceri

Afacerea constă într-un pub dedicat studenților, unde vom oferi, pe lângă mâncare și băutură cu prețuri “studențești”, un loc unde poți asculta muzică live de artiști locali sau mai cunoscuți, închiria sala pentru petreceri, veni cu prietenii să învețați sau să vă relaxați în zilele mai liniștite din timpul săptămânii, sau să petreceți.

Viziunea noastră este de a crea un “Hub” al studenților, sau mai ambițios zis, o “a treia casă”, unde să se simtă comfortabili în a veni frecvent, să își procure mâncare ieftină și gustoasă, să socializeze sau să se relaxeze. Acest lucru este dovedit și de locația Pub-ului, și anume în inima Campusului Tudor. Cum implică și numele “Adio sesiune”, vom avea multe activități și promoții legate de evenimentele din timpul facultății, cum ar fi înainte de sesiunea de examene și mai ales după. Vom fi deschiși în fiecare zi din săptămâna, iar în fiecare vineri, sâmbătă și duminică seară vom avea “Happy Hour”, sau mai bine zis “Happy Hours”, un mini eveniment în care vom da liber la mai mult alcool, pentru a termina săptămâna obositoare de facultate cu distracție între prieteni și colegi.

Pe lângă cele menționate mai sus, vom oferi studenților și posibilitatea de a-și comanda felurile de mâncare din bucătăria noastră în mediul online prin contractul cu firme cum ar fi Foodpanda sau Tazz; în acest sens, studenții care nu vor să stea într-un mediu public au posibilitatea să-și cumpere masa pe ziua respectivă, cu garanția că va fi una proaspătă, datorită faptului că ingredientele sunt cumpărate la zi și necongelate, gustoasă și sănătoasă, datorită balanței dintre carne și legume proaspete, și cel mai important, ieftină, adică la un preț pe care și-l poate permite dacă decide să cumpere consistent.

Între noi trei și cu ajutorul unor mentori calificați, avem suficiente informații și necesarele aptitudini pentru a acoperi nevoile de a da startul afacerii. Prin banii strânși personal și cazul puternic pe care îl avem în încercarea de a achiziționa fonduri nerambursabile din diferite inițiative, dar și opțiunea backup de a împrumuta de la banca, considerăm că avem un început puternic și sigur. Din punct de vedere financiar, industria restaurantelor/barurilor a fost dintotdeauna consistentă, iar datorită strategiei și imaginii noastre demonstrate chiar de motto-ul “De studenți pentru studenți”, credem că încet ne putem remarca față de competiție

iar numele “Adio sesiune” va deveni ceva cunoscut și iubit de fiecare student din campus.

## 2. Descrierea ideii de afaceri

### 2.1 Actionariatul

Noi suntem trei studenți ai Universității "Gheorghe Asachi" Iași, și avem o viziune clară a greutăților vieții de student: teste, examene, proiecte, eventual un job; În acest sens, ne dorim să oferim confort și să adăugăm la frumusețile stilului de viață studentesc prin afacerea noastră, deoarece perioada această de viață e unică și foarte repede ajungi în piață de muncă, în care nu vei mai avea timp de nebuniile tinereții. Noi trei am fi parteneri egali, iar faptul că suntem studenți da valoare motto-ului nostru: "De studenți pentru studenți".

### 2.2 Descrierea ideii

Deschiderea unui pub ar putea fi descrisă ca un vis al oricărui om cu ambiții, dar implică în același timp intrarea într-o industrie competitivă, în care trebuie să te remarci pentru a supraviețui și înflori. Industria restaurantelor și a barurilor mereu a fost profitabilă, iar capacitatea de a comanda online mâncarea nu face nimic decât să crească eficiență și vânzările oricărei afaceri din acest domeniu. O observație majoră pe care ne bazăm noi cu pub-ul "Adio sesiune" ar fi că majoritatea studenților care stau în cămine nu au bucătării, iar după ce se termină mâncarea de acasă sau vor ceva proaspăt, se duc în oraș să își cumpere mâncare, sau o comandă online. De multe ori am observat că prețurile la multe feluri de mâncare de la restaurante sunt prea ridicate pentru că un student să le poate cumpăra consistent. Aici vrem să intervenim noi, cu mâncare de calitate, la preț rezonabil pentru studenți.

Având un loc în care studentul poate veni cu prietenii să se relaxeze, să bea ceva, să mănânce, să asculte muzică, sau de la care poate comanda acasă, într-un mod consistent, dorim să evoluăm ideea de restaurant, ducând pubul nostru spre direcția de "a treia casă", unde prima casă ar fi casă părinților, a doua ar fi camera de cămin, iar a treia să fie pubul nostru. Vom răsplăti fidelitatea și vom încerca să înflorim viața studentască prin oferte speciale în urmă prezentării carnetului de student și evenimente în urmă a celor din facultate, fapt demonstrat chiar de numele restaurantului.

Cu mâncare de calitate, dar în același timp și băuturi alcoolice și non-alcoolice pentru recreere și o atmosfera plăcută și relaxantă, credem că putem să ne remarcăm în industria această, chiar dacă am avea prețuri mai mici, și nu vom putea decât să creștem în termeni de profit cu cât imaginea afacerii va prinde rădăcini și se va răspândi.

## 2.3 Locația și facilitățile oferite de această

Locația ar fi un punct forte, dacă nu vital pentru implementarea ideii propuse, nu doar datorită publicului țintă ci și a imaginii afacerii pe care vrem să o creștem și să o imprimăm în mintea populației. Totuși, clienții noștri nu vor fi obligați să se prezinte la locația fizică, având posibilitatea de a le veni mâncarea în fața ușii, la doar câteva click-uri.

Locația ideală ar fi chiar în campusul Tudor Vladimirescu, aproape de toate căminele ale Universității "Gheorghe Asachi", și anume pe Alea Profesor Vasile Petrescu, lângă căminul T22. Această locația nu ne va ajuta doar prin faptul că suntem în inima publicului țintă, dar și prin motivul că va concretiza ideea de "a treia casă": un loc relaxant, în care poți veni să scapi de stres, are prețuri bune, te vezi cu amicii și cel mai important, e aproape de casă.

### 3. Descrierea serviciilor sau a produselor

Pub-ul “Adio Sesiune” dorește să ofere clienților săi atât o atmosfera degajată în care să se poată relaxa după orele de facultate cu un meniu accesibil și atrăgător, cât și un spațiu în care tinerii artiști locali se pot exprima și evolua.

Deviza noastră când vine vorba de preparare de mâncare este : “Consistent la preț decent”, astfel am ales să nu urmărim un specific, ci să ne orientăm spre tipuri de mâncare pe care studenții să le consume după o zi de facultate oferindu-le consistentă necesară la un preț rezonabil.

Serviciile oferite de local:

#### 3.1. Catering

Clienții vor avea acces la meniu în mediu online prin intermediul aplicațiilor “FoodPanda” și “Tazz” cu care am realizat un contract de livrare a produselor noastre. Astfel, utilizând serviciile oferite în mod “third party” noi economisim forța de muncă și implicit banii pe care i-am fi oferit unui livrator personal.

#### 3.2. Preparare alimente gătite

În timpul săptămânii în intervalul 14:00-22:00 și vineri, sâmbătă și duminică în intervalul 14:00-20:00 bucătarul localului realizează alimente pentru clienți conform meniului:

Meniu "Adio Sesiune"		
Mancărică		
Preparat	pret	gramaj
Cartofi Prăjiți	3.5 lei	200g

	5 lei	300g
Cartofi Wedges	4 lei	200g
	5.5 lei	300g
Hot Dog	5 lei	200g
Sandwich Pastramă	5 lei	200g
Sandwich Crispy	10 lei	200g
Crispy Box	15 lei	200g
Aripioare	20 lei	200g
Aripioare Picante	20 lei	200g
*dacă comandați un produs, următoarea porție de cartofi prăjiți de 200 g va fi redusă la 2.5 lei		
Bauturistică		
Bautură	pret	gramaj
Bere brună draft	4 lei	500ml
Bere blondă draft	4 lei	500ml
Limonadă	6 lei	300ml
Limonadă cu mentă	6 lei	300ml
Limonadă cu portocale	6 lei	300ml
Ceai de mentă	5 lei	250ml
Ceai de fructe de pădure	5 lei	250ml
Espresso scurt	4 lei	30ml

Espresso lung	4 lei	60ml
Latte macchiato	5 lei	230ml
Cinnamon cafe latte	5 lei	230ml
Ice coffee	5 lei	230ml
Caffe americano	5 lei	190ml
Apă	3 lei	250 ml
Coca Cola	4 lei	330 ml
Sprite	4 lei	330 ml
Fanta	4 lei	330 ml

În perioada de “Happy Hour”, intervalele 20:00 - 22:00 în fiecare vineri, sâmbătă și duminică, în cadrul localului nu se vor mai servi preparate și meniul va deveni unul mai axat pe cocktailuri. Bucătarul va fi înlocuit de barman, iar acesta va pregăti o gama de cocktailuri și băuturi că în meniul:

Meniu "Happy Hour"		
Bautură	pret	gramaj
Bere brună draft	4 lei	500ml
Bere blondă draft	4 lei	500ml
Limonadă	8 lei	300ml
Limonadă cu mentă	9 lei	300ml
Limonadă cu fructe	9 lei	300ml
Ceai de mentă	5 lei	250ml



Ceai de fructe de pădure	5 lei	250ml
Espresso scurt	4 lei	30ml
Espresso lung	4 lei	60ml
Latte macchiato	5 lei	230ml
Cinnamon cafe latte	5 lei	230ml
Ice coffee	5 lei	230ml
Caffe americano	5 lei	190ml
Apă	3 lei	250 ml
Coca Cola	4 lei	330 ml
Sprite	4 lei	330 ml
Fanta	4 lei	330 ml
Vodka	5 lei	50ml
Tequila	5 lei	50ml
Jager-Bomb	5 lei	50ml
Cozonac	5 lei	50ml
Margarita	5 lei	50ml
Campari	5 lei	50ml

### 3.3.Organizarea de evenimente:

Localul va fi deschis începând cu ora 14 și se va închide la ora 22 și se vor servi diverse tipuri de mâncare.

Un element crucial al pub-ului “Adio sesiune” este componentă de Happy Hour. În fiecare vineri, sâmbătă și duminică seară de la ora 20 la ora 24 localul va înceta servirea normală de mâncare și vor avea loc diverse evenimente prin care se încadrează și concertele la care sunt aduse trupe locale sau prestează studenți artiști sau diverse jocuri precum “pub-quizzes”. Tot în perioada de “Happy Hour” meniul se va schimba cu unul special de băutură și barmanul nostru va crea diverse

cocktailuri sau shoturi pe lângă băutură din timpul zilei conform meniului “Happy Hour” menționat mai sus.

De asemenea, cu ocazia fiecărui sfârșit de sesiune se va organiza un eveniment sub numele de “Adio Sesiune” unde vom invita niște artiști mai cunoscuți să presteze pentru clienți.

### 3.4.Promovarea studentilor artisti:

#### 3.4.1 Muzica

Punem la dispoziție o scenă și niște boxe pentru studenții care fac parte din trupe locale pentru a putea să se exprime în fața unui public. Acest îi ajută atât pe ei, cât și pe noi printr-o promovare reciprocă. Aceștia vor putea presta piese proprii sau coveruri în una dintre serile la un interval orar din cadrul “Happy Hour”.

#### 3.4.2 Design mural

Studenții pasionați de design au posibilitatea de a picta pereții localului din spatele scenei cu ocazia fiecărui “Happy Hour”, iar ei vor fi menționați înaintea activităților ce vor avea loc în acea noapte și vor primi 2 shoturi din partea casei.

## 4. Analiza Pieței

### 4.1. Analiza concurențială.

În Tudor Vladimirescu este multă competiție, în special pe partea de catering, însă pub-ul nostru iese în evidență prin serviciile și ofertele dedicate în totalitate studenților. Vom fi singură locație din Tudor și chiar și mai departe unde se poate închiria tot spațiul, el fiind amplasat la subsol, pentru organizarea de petreceri sau evenimente private, și singură locație unde vom primi foarte des artiști în căutare de exposure, cât și artiști cunoscuți. Chiar și numele pub-ului denotă o apropiere mai mare de studenți, și, fiind amplasat între cămine, va deveni un hub pentru ei, unde vor putea să vină să învețe, să socializeze, să asculte muzică și să mănânce bine, totul la un preț “studentesc”.

### 4.2. Analiza publicului țintă.

Targetul principal sunt studenții din Campusul Tudor Vladimirescu, studenți la celelalte universități din Iași și persoane din grupa de vârstă între 18-26 ani. Publicul țintă este tânăr, deci cele mai bune modalități de relații cu clienții și marketing vor fi în jurul mediului online. Paginile de socializare foarte implicate, care postează cu, despre și împreună cu clienții lor sunt foarte populare și atrag atenția, și pe platformele clasice precum Facebook și Instagram, este relativ ușor să creezi o campanie de marketing prin intermediul google ads sau facebook ads de succes. Publicul țintă poate fi ales foarte specific atunci când se creează o nouă campanie, ceea ce maximizează impactul banilor investiți în promovare. Contract de livrare cu companii precum Foodpanda sau Tazz asigura un reach crescut din nou.

### 4.3. Analiza pieței/Industriei.

#### 4.3.1 Necesarul Pieței.

Ieșind ușor din pandemie și revenind la normal, nevoia de băutură și mâncare va fi mereu prezența în campusurile studențești și în general, deci cererea pieței va rămâne relativ constantă pe timpul anului, și, an de an. Vom acoperi și

nevoia de ascultat concerte live și închiriat sala de dimensiune medie, care momentan lipsește din Tudor cu desăvârșire.

#### 4.3.2 Creșterea Pieței

Piață pub-urilor este în general constanța, fiind deja un mediu matur. Însă modul de interacțiune cu clienții pe lângă serviciile de baza oferite este în continuă creștere, și unitatea care este cea mai inovativă și aproape de clienți de obicei supraviețuiește cel mai mult.

#### 4.3.3 Trendurile Pieței

Social media engaging este și aici un trend în creștere. Asigurarea livrării în oraș este esențială oricărei companii care se deschide acum și în viitor. Într-o piață specializată, ceva generalist este mult mai familiar și atrăgător.

## 5. Descrierea strategiilor de implementare/lansare.

### 5.1 Obiectivul din punct de vedere financiar

Obiectivul financiar pentru primul an este cel de a acoperi costurile înființării, care includ: costul închirierii, utilajelor de bucătărie, tacamurilor, farfuriilor, paharelor, tigăilor, barului, meselor, scaunelor și tuturor restului de necesități. În acest sens, vom opta să ne înscriem la un program de startup pentru antreprenori în HoReCa, pentru suma de 15.000 euro granturi totale. Dacă acest lucru eșuează, vom alege un împrumut bancar de 17.000 euro. Aceste sume se vor împreună cu banii noștri proprii, și anume 4.000 euro fiecare.

Luând și costurile lunare pentru a ține deschis pub-ul în considerare, după ce achizițiile și-au acoperit costul, dorim să avem în medie o suma de măcar 20% din costurile de operare că profit în fiecare lună, suma care va crește cu cât imaginea și popularitatea restaurantului devine mai concretă și mai înrădăcinată.

Pentru primii 5 ani, obiectivul financiar principal este de a crește profitul la peste dublu costurilor de operare, și de a atinge o cifra de afaceri de 50.000 euro.

### 5.2 Planul de acțiune

Pub-ul se va afla la Aleea Profesor Vasile Petrescu lângă căminul T22 și hotel T23, situat la Demisol.

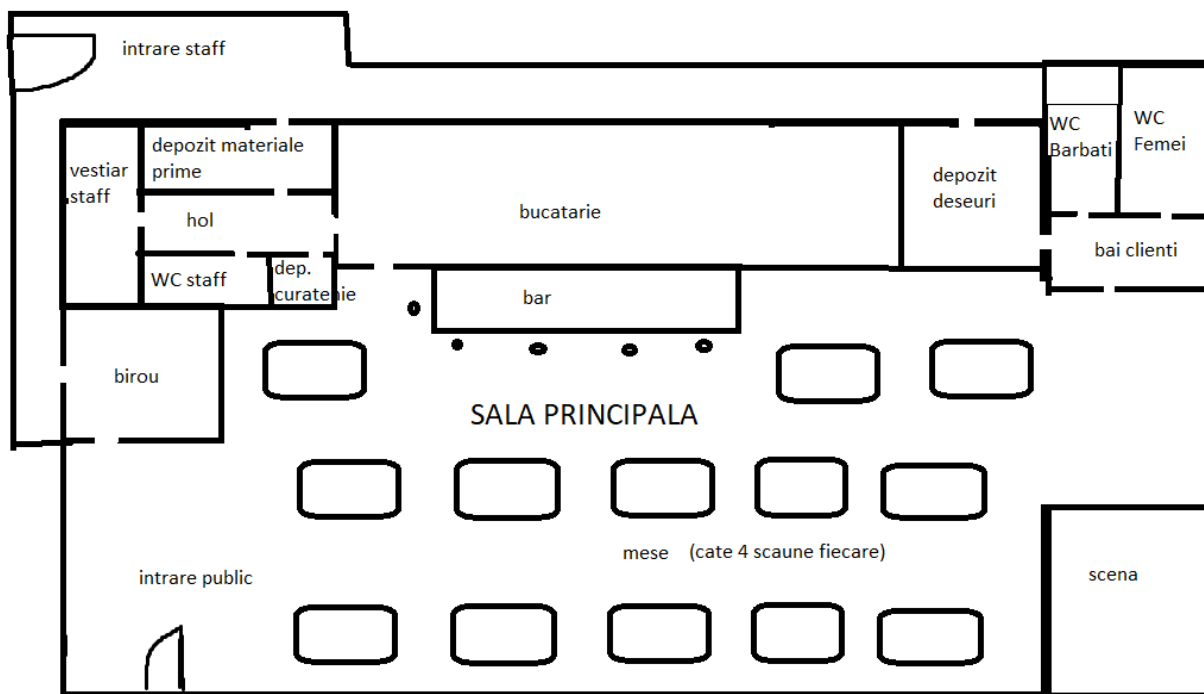


Fig.: Planul pub-ului

Inițial, utilajele necesare din bucătărie vom încerca să le obținem noi, pentru a asigura o viață prelungită a acestora, cât și calitatea produselor. Același principiu funcționează și la tacamuri, farfurii, tigăi, pahare, aparat de cafea, vitrină frigorifică, mai puțin la mese, scaune, scenă și bar. Acestea trei vom încerca să le obținem second-hand.

Pentru a mai reduce din prețuri, vom încerca să obținem oferte prin parteneriate cu diferite companii.

Valoarea produselor va fi următoarea:

- Hot-dog:
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 5 lei
  - Timp de preparare : 5 minute
- Sendviș cu pastramă:
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 5 lei

- Timp de preparare: 5 minute
- Sendviș crispy:
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 10 lei
  - Timp de preparare: 5 minute
- Crispy Box:
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 15 lei
  - Timp de preparare: 5 minute
- Aripioare (picante/nepicante)
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 20 lei
  - Timp de preparare: 30 minute
- Cartofi prăjiți:
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 3.5/5 lei (200g/300g)
  - Timp de preparare : 10 minute
- Cartofi wedges
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 4/5.5 lei (200g/300g)
  - Timp de preparare : 10 minute
  
- Bere la halbă (brună/blondă)
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 4 lei
  - Cantitate: 500ml
- Limonadă (normală / mentă / portocale):
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 8/9/9 lei (normală / mentă / portocale)
  - Cantitate: 300ml
- Ceai (mentă/fructe de pădure):
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 5 lei
  - Cantitate: 250ml

- Espresso (lung/scurt)
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 4 lei
  - Cantitate: 30/60 ml
- Cafea (Latte macchiato/ Cafe latte/ Ice coffee / Cafe Americano)
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 5 lei
  - Cantitate: 230ml
- Apă
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 2 lei
  - Cantitate: 330 ml
- Suc la sticlă (Fanta/Coca Cola/Sprite)
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 4 lei
  - Cantitate: 330 ml
- Shots și cocktailuri
  - Preț producție: x lei
  - Preț : 5 lei
  - Cantitate: 50/100 ml

După cum se poate observa mai sus, avantajul competitiv față de concurență ar fi în mare parte prețul mic al produselor și valoarea lor nutritivă, luând în considerare că publicul țintă ar fi studenții: persoane care nu au prea mulți bani și nu au bucătării în cămine (marea majoritate). Însă prețul nu va fi unicul avantaj, deoarece amenajăm întreagă afacere pentru studenți, iar imaginea noastră va fi conturată pe ospitalitatea, confortul și atmosfera de "acasă" pentru tineri, fapt dovedit și de evenimentele cum ar fi Happy Hour sau marele "Adio Sesiune".

Considerând că locația în inima publicului țintă ne ajută foarte mult, strategia de marketing ar fi următoarea:

- Publicitatea în mediul online prin pagini oficiale de facebook, twitter, instagram, și prin google ads.
- Panou publicitar prin zona Iulius Mall



- Pliante care au rol și de voucher de 50% la a doua bere

Avantajul locației și aspectele menționate mai sus aproape că garantează existența de cerere suficientă pentru produsele noastre, atât online cât și fizic, iar cu cât imaginea noastră se dezvoltă în ochii publicului, vor ajunge chiar ei să ne facă reclamă gratis, prin așa zisul "Word of mouth".

Legat de strategia de vânzare, avem o planificare de vânzări pe trimestre:

- În primele două trimestre, atenția noastră se va concentra pe creșterea imaginii afacerii. În acest sens, publicitatea va fi agresivă, cu vouchere în cămine, reclame pe facebook / instagram / twitter, panou publicitar, și diferite oferte pentru noi veniți. Produsele vor trebui să fie de calitate impecabilă, la fel și customer service-ul.

- Al treilea trimestru, dacă am căpătat atenția populației, ne vom mai relaxa cu publicitatea, renunțând la panou și pliante, dar menținând reclamele pe rețelele de socializare și vom fi atenți la satisfacerea clienților existenți prin oferte de loialitate, și parteneriate cu artiști cunoscuți.

- Al patrulea trimestru și următoarele ce urmează vor consistă din continuarea satisfacerii clienților cu produse și servicii de calitate, și ne vom concentra pe evenimente și parteneriate cu artiști locali, alături de cei mai cunoscuți. În acest punct am avea așteptarea de a supraviețui cele "9 luni critice" ale înființării unui restaurant, și de aici în continuare vom încerca să creștem treptat profitul lunar.

La fel cum am menționat mai sus pentru obținerea utilajelor, și a celorlalte necesități pentru a înființa restaurantul, vom încerca să stabilim parteneriate strategice și contracte cu fabrici și companii pentru:

- comandare online - Foodpanda, Tazz ;
- furnizare de bere - Fabrica de bere din Iași.
- muzică live - artiști locali / artiști mai cunoscuți

Bineînțeles, vom trebui semna mai multe contracte pentru diferite necesități cum ar fi:

- contract de salubritate
- contract de furnizare electricitate

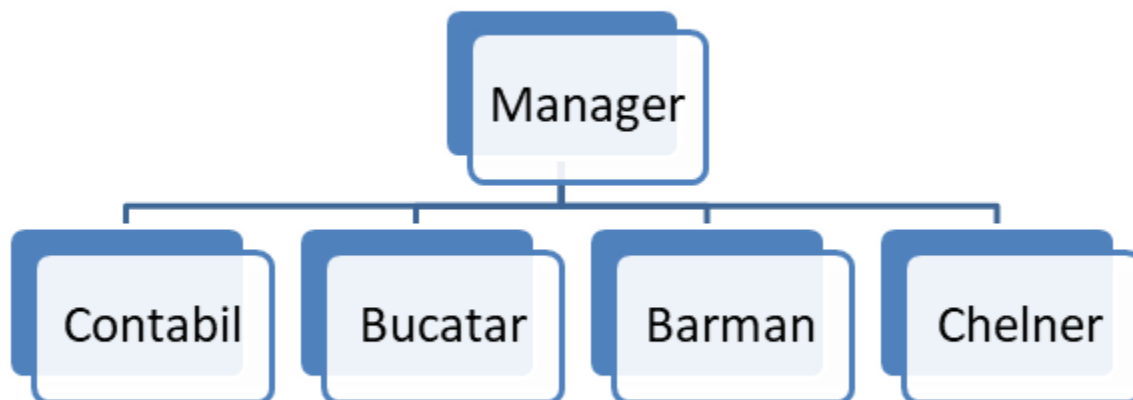
- contract de furnizare apă
- autorizație de la Direcția de Sănătate Publică
- Autorizație de Incendiu ISU
- contract furnizare echipament uniforme

Restul ingredientelor necesare producției de mâncare și băutură le vom procura de la producătorii locali.

Pentru implementarea întregului necesar, vom avea nevoie de o suma de bani inițială, pe care o vom obține parțial, dacă nu întreg din veniturile proprii aduse de fiecare dintre noi, și suma de granturi de la startup-ul de antreprenori sau împrumut bancar. Dacă nu ne ajung banii, profitul din lunile de funcționare va ajunge la implementare.

## 6. Strategia personalului și a formei juridice

### 6.1. Structura firmei (piramida organizațională)



### 6.2. Echipa de management vs echipa operațională

- Manager - 2 acționari - proprietarii firmei, Alberto și Claudiu, cu studii superioare și susținuți și ajutați de Ana Maria Abatacesei și Vasilică Barligea
- Contabil - persoană cu studii economice superioare, se va ocupa de gestiunea contabilității firmei.
- Bucătar - persoană cu studii superioare în domeniu, care deține cel puțin un grad culinar asociat. Se va ocupa de prepararea mâncării și aprovizionarea bucătărie
- Barman - 1 persoană - George - persoană cu antrenament formal, va prepara și servi băuturi în timpul Happy Hour-ului și va aproviziona barul. Lucrează doar vineri seară și în weekend
- Chelner - 2 persoane - angajați fără experiență, care vor trece printr-o instruire la început. Ideal vor fi studenți din campus. Ei vor lua comenzile de la mese și le vor aduce ce au comandat. Împreună cu bucătarul și barmanul vor face curat la sfârșit de zi

### 6.3 Plan de educație pentru personal

Jumătate din personalul nostru este deja complet calificat la momentul angajării, iar pentru cealaltă jumătate, planul de educație pentru personal va urmări ideea ca noii angajați în firmă vor avea o perioadă de training de 2 săptămâni în urma cărora vor învăța și se vor obișnui cu workflow-ul echipei.

## 7. Planul Financiar al unui plan de afaceri

### 7.1 Cash flow-ul

Luna	Cheltuieli Salariu (brut)					Cheltuieli utilități		
Subdivizie	Manageri	Contabil	Bucătar	Barman	Chelneri	Energie electrică	Gaz	Apă
Ianuarie	0	5200	4300	3500	5200	500	750	430
Februarie	0	5200	4300	3500	5200	445	800	474
Martie	0	5200	4300	3500	5200	400	630	425
Aprilie	0	5200	4300	3500	5200	420	420	499
Mai	0	5200	4300	3500	5200	435	490	413
Iunie	0	5200	4300	3500	5200	465	500	499
Iulie	0	5200	4300	3500	5200	496	400	402
August	0	5200	4300	3500	5200	560	600	480
Septembrie	0	5200	4300	3500	5200	620	620	417
Octombrie	0	5200	4300	3500	5200	530	640	492
Noiembrie	0	5200	4300	3500	5200	420	690	425
Decembrie	0	5200	4300	3500	5200	460	720	471

Cheltuieli ingrediente		Chirie	Curatenie	Alte cheltuielil	Total
Mâncare	Băuturi			Organizare evenimente, trupe cunoscute, promovare, reparații	
2800	2400	1722.54	300	200	27302.54
2500	2000	1722.54	250	150	26541.54
2600	2000	1722.54	400	50	26427.54
2600	2000	1722.54	375	250	26486.54
3100	2000	1722.54	300	225	26885.54
3100	2000	1722.54	325	250	27061.54
3100	2000	1722.54	250	1000	27570.54
3600	2000	1722.54	150	1200	28512.54
3700	2000	1722.54	400	300	27979.54
3500	2000	1722.54	430	540	28054.54
4000	2000	1722.54	210	670	28337.54
4500	2000	1722.54	250	1500	29823.54

Tabele de mai sus arată toate cheltuielile suferite de firma “Adio sesiune” în primul său an de activitate. Noi am decis ca managerii sa nu primească o parte din salariu, ci sa se ocupe de managerierea profitului din care sa își taie o parte abia după ce firma începe sa aiba profit.

Salariul pentru Barman, Bucătar, Contabil și Chelneri este în brut și corespunde normelor impuse de statul român.

Pentru că nu a fost destul spațiu de trecut în tabel, “Alte cheltuieli” poate include o varietate de cheltuieli neprevăzute sau promovarea și organizarea de evenimente prin contactarea unor personalități muzicale binecunoscute. Aceste prețuri fluctuează foarte mult și este greu să fie anticipate cu precizie.

## 7.2. Profitul și pierderea declarată

Luna	Venit	Cheltuieli	Profit/Pierdere
Ianuarie	22500	27302.54	-4802.54
Februarie	26250	26541.54	-291.54
Martie	27750	26427.54	1322.46
Aprilie	30750	26486.54	4263.46
Mai	33000	26885.54	6114.46
Iunie	36750	27061.54	9688.46
Iulie	39000	27570.54	11429.46
August	37500	28512.54	8987.46
Septembrie	44250	27979.54	16270.46
octombrie	47250	28054.54	19195.46
Noiembrie	46500	28337.54	18162.46
Decembrie	48750	29823.54	18926.46

Tabelul de mai sus reprezintă raportul de profit/pierdere pe un an al firmei. Se poate observa că în primele 2 luni se anticipează o pierdere ce e urmată de câștiguri ce urmează o funcție exponențială datorată stabilirii unei prezențe în mediul ieșean, promovare și clienți satisfăcuți.

Deși profitul este unul aparent mare, plata împrumutului bancar nu este inclus. În cazul în care vom plăti tot împrumutul la bancă în cursul unui an, profitul nostru va fi unul de 3000 de euro.

### 7.3 Bugetul de înființare a firmei

Având în vedere poziția fondatorilor de studenți, am ales să căutăm și să aplicăm la cât mai multe granturi destinate tinerilor antreprenori, dar și antreprenorilor ce vor să diversifice localele unui oraș pentru a finanța și propulsa firma, dar totodată a ne oferi și un boost de promovare.

În cazul în care nu găsim o astfel de finanțare, vom recurge la un împrumut bancar de aproximativ 17000 de euro și fiecare dintre fondatori va veni cu o sumă proprie de 4000 de euro pentru acoperirea costurilor inițiale, renovarea localului și cumpărarea aparaturii pentru bucătărie și nu numai. (scenă, boxe, frigidere, aragaze etc.)

Astfel, bugetul inițial al firmei va fi în jurul sumei de 30000 de euro, buget ce poate fluctua în funcție de suma pe care grantul este dispusă să o finanțeze.



#### 7.4 Previziunea vânzărilor (sales forecast)

Luna	Media de vizitatori/zi	Tarif mediu consumatie	Total/Luna
Ianuarie	30	25	22500
Februarie	35	25	26250
Martie	37	25	27750
Aprilie	41	25	30750
Mai	44	25	33000
Iunie	49	25	36750
Iulie	52	25	39000
August	50	25	37500
Septembrie	59	25	44250
octombrie	63	25	47250
Noiembrie	62	25	46500
Decembrie	65	25	48750

Venitul mediu previzionat în primul an este de 440250 lei

## 7.5 Bilanțul previzionat

Luna	Active		Datorii			Capitaluri Proprii
	Bani în cont	Clienți	Cheltuieli lunare	Cheltuieli Banca	Cheltuieli inițiale	Capitaluri Proprii
Ianuarie	140000	22500	27302	7000	30000	98198
Februarie	98198	26250	26541.54	7000	0	90906.46
Martie	90906.46	27750	26427.54	7000	0	85228.92

După cum se poate observa, deși în primele 3 luni capitalul propriu scade, cheltuielile la banca vor dispărea în 12 luni, moment în care activele vor depăși cu mult datoriile, iar localul se va putea extinde și chiar forma o franciză în alte zone ale Iașului precum Copou.