



Proiect co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

## Anexa 6

### Grila de evaluare Faza 2 (Evaluare tehnică)

Nume și prenume aplicant: .....

Titlul planului de afaceri: .....

Criteriu	Punctaj maxim	Aspecte care se punctează	Punctaj acordat	Observații jurat
<b>1. Fundamentarea afacerii</b>	<b>30</b>			
1.1. Descrierea afacerii	6	<ul style="list-style-type: none"><li>- sursa ideii de afaceri și motivele alegerii acesteia,</li><li>- experiența aplicantului în domeniul de activitate vizat prin planul de afaceri,</li><li>- pregătirea formală sau informală pe care o are în relație cu afacerea propusă,</li><li>- existența unei viziuni și a unei misiuni clar definite,</li><li>- implicarea în afacere a unor angajați sau asociați cheie, cu experiență/cunoștințe în domeniu de activitate vizat,</li><li>- cunoașterea și prezentarea clară de către aplicant a factoriilor relevanți pentru afacere (localizare, tehnologiile ce vor fi utilizate).</li></ul>		
1.2. Analiza SWOT	6	<ul style="list-style-type: none"><li>- identificarea și încadrarea corectă a principalelor puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări,</li><li>- claritatea și relevanța elementelor analizei SWOT prezentate pentru afacerea propusă.</li></ul>		



Proiect co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

1.3. Piața	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- claritatea prezentării pieței și gradul de fundamentare a analizei pieței căreia întreprinderea i se adresează,</li> <li>- definirea pieței atât din punct de vedere geografic, cât și în baza caracteristicilor și nevoilor relevante ale potențialilor clienți,</li> <li>- metodele utilizate de colectare a datelor prezentate (studii proprii, consultare de studii și statistici relevante),</li> <li>- menționarea și indicarea surselor informațiilor prezentate,</li> <li>- potențialul pieței și tendințele pentru viitor,</li> <li>- prezentarea concurenților, analiza și compararea avantajelor și dezavantajelor produselor/serviciilor afacerii în raport cu cele ale concurenților și cu nevoile clienților.</li> </ul>		
1.4. Furnizori	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identificarea principalelor categorii de furnizori, detalierea acestora și a importanței/relevanței acestora pentru afacere,</li> <li>- identificarea exactă a unor furnizori potențiali, existența unor colaborări/comunicări anterioare ale antreprenorului cu furnizorii identificați, inclusiv prin solicitarea și primirea de oferte de la aceștia pentru fundamentarea planului de afaceri.</li> </ul>		
1.5. Resurse umane	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sarcinile asociate fiecărui post, experiența, pregătirea și competențele minimale impuse ocupanților posturilor sunt stabilite corect, în concordanță cu afacerea,</li> <li>- prevederea de elemente privind recrutarea și motivarea angajaților,</li> <li>- posturile și normele de lucru prevăzute sunt corelate cu ciclul de producție/prestare a serviciilor și cu modelul afacerii.</li> </ul>		
<b>2. Strategia de marketing</b>	<b>20</b>			
2.1. Produsul/Serviciul	8	- detalierea și claritatea descrierii caracteristicilor și modului de		

Proiect co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

		<p>prezentare a produselor/serviciilor, inclusiv în relație cu modul de adresare a nevoilor clienților și cu politicile de produs ale concurenților,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- originalitatea sau elementele inovatoare/distinctive în raport cu alte produse/servicii similare existente pe piață (de produs, de proces etc.)</li> <li>- logica și claritatea descrierii fluxului de producție/prestare,</li> </ul>		
2.2. Prețul	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- realismul și gradul de fundamentare al modului de stabilire a prețurilor: raportarea la prețurile concurenților, la condițiile de piață actuală, la potențialele fluctuații sau evoluții viitoare, la costurile de producție,</li> </ul>		
2.3. Promovarea	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fundamentarea politicilor de promovare pe informațiile rezultate din analiza pieței cu privire la modalitatea în care cumpărătorii se informează,</li> <li>- măsura în care s-a ținut cont de politicile de promovare ale principalilor concurenți.</li> <li>- gradul de actualitate și de relevanță a instrumentelor de promovare utilizate în raport cu piața, tipul de clienți și de produs,</li> <li>- realismul metodelor și instrumentelor de promovare propusă în relație cu resursele disponibile sau alocate,</li> </ul>		
2.4. Plasare	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- claritatea prezentării și fundamentarea modului de distribuție/plasare (în raport cu metodele de achiziție preferate de cumpărători, politicile de distribuție practicate de concurență, costurile de distribuție asociate diverselor soluții, posibilitățile de menținere a contactului cu piața).</li> </ul>		

Proiect co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

<b>3. Implementarea planului de afaceri</b>	<b>8</b>			
3.1. Obiective	3	- acuratețea definirii obiectivelor (în raport cu caracteristicile SMART) și corelarea acestora cu specificul afacerii		
3.2. Activități	3	- acuratețea activităților prevăzute, a planificării, încadrării în timp a acestora și corelarea cu obiectivele stabilite - claritatea graficului GANTT		
3.3. Indicatori și rezultate	2	- claritatea și realismul indicatorilor și rezultatelor în relație cu obiectivele și activitățile definite		
<b>4. Proiecții financiare și buget</b>	<b>18</b>			
4.1. Cheltuielile operaționale	5	- realismul ipotezelor pe care previziunile cheltuielilor operaționale au fost fundamentate, - corectitudinea fundamentării cheltuielilor, claritatea descrierii cheltuielilor prevăzute și gradul de detaliere a informațiilor prezentate pe categoriile de cheltuieli operaționale prevăzute, - corelarea cheltuielilor cu specificul afacerii și cu activitățile prevăzute.		
4.2. Veniturile operaționale	5	- realismul ipotezelor pe care previziunile veniturilor operaționale au fost fundamentate, - corectitudinea fundamentării veniturilor și gradul de detaliere a informațiilor prezentate, - corelarea veniturilor cu specificul afacerii și cu activitățile prevăzute, - relația veniturilor cu cheltuielile operaționale (potențialul de		

Proiect co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

		profitabilitate operațională), precum și cu îndeplinirea criteriului de acordare a tranșei a doua a ajutorului de minimis (măsura în care nivelul de venituri obținute în primele 12 luni asigură premisele acordării tranșei finale).		
4.3. Bugetul ajutorului de minimis solicitat	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gradul de completitudine a bugetului (cuprinderea cheltuielilor necesare nefiind omise resurse fără de care afacerea nu poate fi derulată sau cu prezentarea surselor suplimentare de finanțare);</li> <li>- justificarea corectei dimensionări a cheltuielilor prevăzute prin oferte de preț, studii de piață etc.</li> <li>- justificarea necesității cheltuielilor previzionate în relație cu ciclul de producție/prestare și cu celelalte activități conexe (promovare, management etc),</li> <li>- corecta încadrare a cheltuielilor pe categorii de cheltuieli eligibile, identificarea și asumarea prin menționarea de surse de finanțare a eventualelor cheltuielilor neeligibile esențiale pentru Implementarea afacerii.</li> </ul>		
<b>5. Priorități orizontale și teme secundare</b>	<b>13</b>			
5.1.Dezvoltarea durabilă	2	- planul de afaceri prevede măsuri concrete pentru promovarea dezvoltării durabile (prin dezvoltarea unor produse, tehnologii sau servicii care contribuie la aplicarea principiilor dezvoltării durabile).		
5.2.Tranziția către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon	2	- planul de afaceri prevede măsuri concrete pentru sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor.		

Proiect co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

5.3. Inovarea socială	2	- planul de afaceri prevede măsuri concrete pentru promovarea inovării sociale conform prevederilor secțiunii 1.3.2 a Ghidului Solicitantului – Condiții Specifice România Start Up Plus.		
5.4. Tehnologia informației și a comunicațiilor	2	- planul de afaceri prevede măsuri concrete pentru promovarea utilizării TIC și pentru promovarea calității TIC.		
5.5. Cercetare-dezvoltare-inovare	3	- planul de afaceri prevede măsuri concrete pentru promovarea consolidarea cercetării, a dezvoltării tehnologice și/sau a inovării.		
5.6. Abordarea integrată a priorităților orizontale și temelor secundare	2	- planul de afaceri abordează cel puțin două priorități orizontale și/sau teme secundare.		
<b>6. Sustenabilitate</b>	<b>6</b>			
6.1. Capacitatea de a se autosuține	3	- este explicat modul cum afacerea se va autosuține financiar după încetarea finanțării solicitate prin planul de afaceri.		
6.2. Perspective de dezvoltare viitoare	3	- sunt prezentate direcții de dezvoltare viitoare a afacerii, măsuri ce se estimează a fi întreprinse, precum și resursele necesare sau avute în vedere.		
<b>7. Claritatea și completitudinea planului de afaceri și relevanța informațiilor prezentate</b>	<b>5</b>			
7.1. Claritatea și completitudinea planului de afaceri și relevanța	5	- logica planului de afaceri, măsura în care au fost prezentate informații la toate secțiunile planului de afaceri și au fost atinse punctele solicitate, iar acestea sunt relevante și ușor de parcurs		



Proiect co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

informațiilor prezentate		și de înțeles, - eventualele anexe (materiale, informații etc) la planul de afaceri sunt relevante, prezintă informații structurate și ușor de parcurs.		
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>			

Nume și prenume jurat: .....

Semnătură jurat: .....

