

GRILA DE EVALUARE A PLANUL DE AFACERI

Nume :
Data:

Comisia de evaluare si selectia va acorda punctajul respectând următoarele criterii de acordare a punctajului:			
	Punctaj maxim acordat	Detaliere punctaj	Observații cu privire la modalitatea de acordare a punctelor
II. Realizați un sumar executiv al planului de afaceri în maximum 2 pagini.	20.00		
II.1. Sumarul executiv Sumarul executiv trebuie să stârnească interesul celui care îl citește, să aducă în prim plan idei și concepte interesante, atractive, să scoată în evidență potențialul afacerii a.i. un potențial investitor sa considere oportuna investitia financiara / de timp / de expertiză / de know-how.	4.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	informatiile sunt relevante pentru o viziune clara asupra afacerii propuse
		1.00	informatiile prezentate sunt documentate si argumentate suficient, toate punctele cheie sunt atinse, sunt evidentiata sursele de informare
		1.00	informatiile prezentate sunt cuantificabile
		1.00	informatiile prezentate sunt realiste in raport cu punctele tari ale afacerii si oportunitatile de piata
II.2. Viziunea dvs. de afaceri si misiunea afacerii dvs.	2.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	sunt cuantificabile
		1.00	sunt realiste
II.3. Obiectivele pe termen scurt, mediu si lung	3.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	obiectivele sunt realiste in raport cu piata si de atins in raport cu punctele tari ale afacerii
		1.00	obiectivele sunt masurabile / cuantificabile si au un termen limita pana la care trebuie atinse
		1.00	obiectivele sunt relevante pentru dezvoltarea afacerii
II.4. O scurta descriere a afacerii	1.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	este clara si completa, suficient documentata
II.5. O scurta prezentare a produselor / serviciilor	1.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	este clara si completa, suficient documentata
II.6. Rezumatul planului de marketing	3.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	planul de marketing este realist in raport cu bugetul de marketing alocat
		1.00	informatiile prezentate sunt cuantificabile, fiecare informatie fiind corect relationata cu obiectivele propuse si cu alocarea financiara, de resurse umane si de timp
		1.00	informatiile prezentate sunt relevante in raport cu Mixul de marketing elaborat si se evidentiaza corect cei 4P
II.7. Nivelul investitiei initiale Necesarul investitional din sumarul executiv trebuie să reprezinte totalul necesarului de capital necesar pentru a putea demara	1.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	investitia initiala este suficient documentata, toate cheltuielile asociate cu aceasta sunt corect identificate
II.8. Informatii financiare relevante: - amortizarea investitiei; - operationalizarea afacerii (pragul de rentabilitate); - scenarii de vanzari; - informatii financiare relevante; - calendar de implementare a afacerii.	3.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	informatiile prezentate sunt relevante in raport cu sustenabilitatea afacerii pe termen mediu si lung
		1.00	informatiile prezentate sunt realiste, scenariile financiare sunt corelate cu marimea si tendinta pietei, dar si cu nivelul resurselor financiare, umane si tehnologice alocate
		1.00	informatiile prezentate sunt cuantificabile si corelate intre ele
II.9. De ce credeti ca afacerea dvs. va avea succes?	2.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.00	informatiile prezentate sunt relevante in raport cu piata si punctele tari ale afacerii
		1.00	argumentele sunt corect documentate
III. DESCRIEREA AFACERII	11.50		
III.1. Descrieti pe larg afacerea dvs., prezentand viziunea dvs., misiunea afacerii dvs., obiectivele pe termen scurt, mediu si lung, forma juridica de organizare (cu avantajele fiscale sau de alta natura aferente), structura actionariatului (cu aportul fiecaruia).	2.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ, se dezvolta fiecare subpunct in parte
		0.50	informatiile prezentate sunt relevante pentru o buna intelegere a afacerii si sunt suficient argumentate
		0.50	informatiile prezentate sunt cuantificabile, mai ales in ceea ce priveste definirea obiectivelor afacerii
		0.50	informatiile prezentate sunt realiste, mai ales in ceea ce priveste viziunea, misiunea si obiectivele afacerii
III.2. Precizati localizarea afacerii (judet / localitate) si prezentati avantajele competitive ale acesteia.	1.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	localizarea afacerii este precizata si este motivata relevanta acesteia pentru afacere
		0.50	avantajele localizarii afacerii sunt cuantificabile
		0.50	avantajele localizarii afacerii sunt realiste in raport cu beneficiile si costurile asociate
III.3. Includeti informatii despre industria in care veti activa, mai ales daca domeniul de activitate vizat este unul de nisa sau unul cu care potentialii investitori s-ar putea sa nu fie familiarizati. Descrieti situatia industriei in prezent si orice alte informatii cu privire la tendinte.	2.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	sunt prezentate informatii suficiente dpdv cantitativ
		0.50	informatiile prezentate sunt relevante pentru afacere
		1.00	informatiile prezentate sunt suficient documentate si sunt prezentate sursele
		0.50	informatiile sunt realiste si suficient argumentate, mai ales in ceea ce priveste tendintele pietei

III.4. Motivati de ce credeti ca afacerea dvs. va fi una de succes, prezentand strategia dvs. de intrare pe piata si de dezvoltare. Cât de greu este pentru firmele noi să intre în industria respectivă? (sunt costuri inițiale mari / costuri mari de expertiză necesară care să pună bariere firmelor noi sau este relativ ușor să începeți o afacere?) - Care este rata de succes generală a noilor afaceri din industrie? (Din 10 afaceri noi, câte sunt lichidate în 5 ani?) - Este industria atractivă pentru dvs.? Care sunt principalele amenințări și oportunități în industria respectivă?	4.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ
		0.50	informatiile prezentate sunt relevante, potentialul de succes al afacerii este motivat profesionist, bazandu-se pe argumente pertinente
		1.00	argumentele aduse in sustinere sunt suficient documentate
		1.00	informatiile prezentate sunt cuantificabile, concluzia cu privire la sustenabilitatea afacerii fiind usor de sustinut
III.5. Punctati toate considerentele juridice care trebuie avute in vedere (ex.: licente necesare, conditii speciale de munca, legislatie de mediu, taxe de autorizare, etc.).	1.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile prezentate sunt relevante in raport cu domeniul de activitate
		0.50	informatiile prezentate sunt corect documentate, atat dpdv al necesitatii, cat si dpdv al costurilor si timpului alocat
		0.50	informatiile prezentate sunt cuantificabile, toate considerentele juridice fiind corect evidentiatae intr-o lista completa
IV. DESCRIEREA PRODUSELOR / SERVICIILOR			11.50
IV.1. Descrieți detaliat produsele și / sau serviciile oferite, prezentand toate aspectele legate de acestea: ingrediente, dimensiuni, functionalitati, aspect, ambalaj, etc. Fiți cât mai specific cu putință.	2.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile sunt suficiente dpdv cantitativ, produsele / serviciile sunt descrise clar si complet
		0.50	informatiile oferite sunt relevante in raport cu afacerea si obiectivele setate
		0.50	caracteristicile produselor / serviciilor sunt suficient documentate, in directa corelare cu tehnologia utilizata
		1.00	beneficiile produselor / serviciilor sunt cuantificabile
IV.2. Ce nevoi satisfac produsele / serviciile oferite?	1.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	nevoile identificate sunt relevante pentru comportamentul de consum al publicului tinta
		0.50	nevoile identificate sunt documentate si argumentate in raport cu piata
IV.3. Care este USP-ul produselor / serviciilor dvs.? - Cum și de ce sunt mai bune produsele / serviciile dvs. decât ale competiției? - Concurența există întotdeauna, chiar dacă nicio afacere nu oferă exact același produs sau serviciu pe care îl aveți în vedere. Analizați cu atenție oricare alt produs sau serviciu care îl poate substitui sau înlocui pe al dvs. Cum a supraviețuit lumea fără dvs. pe piață?	2.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	sunt prezentate avantajele produselor / serviciilor oferite, evidentiindu-se relevanta acestora in raport cu piata vizată
		0.50	USP-ul este corect documentat in raport cu competitia si nevoia identificata pe piata
		1.00	USP-ul este realist, avand in vedere capacitatea de productie / prestare si nivelul calitativ
IV.4. Care sunt costurile relationate cu produsele / serviciile dvs. (costurile variabile)? - Aveti in vedere toate costurile care intra in componenta produselor / serviciilor (materie prima, ambalaj, costuri cu utilitati relationate direct cu productia, costuri cu transportul, costuri cu depozitarea, eventuale comisioane acordate la vanzare, etc.). - Fundamentati aceste costuri prezentand o cercetare cu privire la potentialii furnizori. - Costurile variabile se refera la toate costurile relationate cu productia / prestarea. - Daca produceti / prestati servicii, generati aceste costuri, daca nu, nu.	3.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	costurile sunt prezentate exhaustiv si suficient fundamentate, cantitatea de informatie este suficienta pentru a avea o viziune reala asupra costurilor de productie / prestare
		0.50	informatiile prezentate sunt suficient de relevante pentru a asigura o constructie corecta a strategiei de pret
		0.50	costurile identificate sunt documentate printr-o cercetare cu privire la potentialii furnizori
		1.00	informatiile prezentate sunt cuantificabile, asigurand o selectie corecta a furnizorilor
		1.00	informatiile prezentate sunt realiste si actualizate ("up-to-date")
IV.5. Daca este vorba de productie, includeti detalii despre tehnologia de care aveti nevoie, capacitatea de productie pe care o ofera si costurile relationate cu procurarea acesteia. Daca este vorba de servicii, includeti detalii despre capacitatea de livrare, raportat la dimensiunea propusa a afacerii	2.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ si argumentate
		0.50	informatiile prezentate sunt relevante in contextul afacerii la nivel de start-up
		0.50	informatiile prezentate sunt suficient documentate (incluzand caracteristici tehnice si preturi de la furnizorii de echipamente)
		0.50	informatiile sunt cuantificabile, pentru a permite o selectie corecta a furnizorilor optimi de echipamente
		0.50	informatiile prezentate sunt realiste in raport cu nivelul investitiei
V. PLANUL DE MARKETING			11.50
V.1. Realizati o analiza a consumatorului. - Identificati cine este publicul dvs. tinta (cumparatori vs. consumatori) si definiti caracteristicile acestuia (analiza geografica, demografica, psihografica). - Caror nevoi raspund produsele / serviciile dvs.? - Care sunt etapele de achizitie pentru produsele / serviciile dvs.?	1.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile prezentate sunt complete, suficiente dpdv cantitativ
		0.50	informatiile prezentate sunt suficient documentate si sustinute prin studii, statistici, informatii publice
		0.50	informatiile prezentate sunt cuantificabile, astfel incat sa permita o corecta identificare a segmentului de piata optim
V.2. Realizati o analiza a pietei (analiza mediului extern al afacerii dumneavoastra). - Includeti referiri la situatia economica a ramurii, la tendintele pietei si modificarile anticipate, etc. - Daca prevedeti orice fel de obstacole, cum le veti depasi? - Care este pozitia pe care o vizati pe piata? Atentie la segmentarea pietei.	1.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile prezentate sunt complete, suficiente dpdv cantitativ
		0.50	informatiile prezentate sunt suficient documentate si sustinute prin studii, statistici, informatii publice
		0.50	informatiile prezentate sunt cuantificabile, astfel incat sa permita o corecta proiectie a vanzarilor
V.3. Realizati o analiza a concurentei. - Cine sunt principalii dvs. competitori (directi si indirecti)? - Care sunt avantajele competitive ale produselor / serviciilor principalilor dumneavoastra competitori?	1.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile prezentate sunt complete, suficiente dpdv cantitativ
		0.50	informatiile prezentate sunt suficient documentate si sustinute prin studii, statistici, informatii publice
		0.50	informatiile prezentate sunt cuantificabile, astfel incat sa permita o corecta pozitionare pe piata
V.4. Elaborati o analiza SWOT a afacerii dvs.	1.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	analiza SWOT este bazata pe informatii relevante pentru afacere
		0.50	analiza SWOT este realista, bazata pe informatii verificabile
		0.00	nu sunt prezentate informații

V.5. Elaborati strategia de produs, tinand cont de Modelul Boston (portofoliul de produse / servicii initial, dezvoltarea viitoare a acestuia, ciclul de viata al fiecarui produs / serviciu in parte, etc.). - Aveti in vedere: varietatea, calitatea, designul, caracteristicile, marca, ambalarea, dimensiunile, serviciile adiacente, garantiile, returnurile.	1.00	0.50	strategia de produs este relevanta pentru afacere, se evidentiaza corect portofoliul de produse / servicii, in stransa corelare cu scenariile de vanzari
		0.25	strategia de produs contine informatii cuantificabile, care se pot corela cu usurinta in celelalte capitole ale planului de afaceri
		0.25	strategia de produs este realista, pornind de la capacitatea de productie / prestare stabilita, si este corelata cu forta de vanzare
V.6. Elaborati strategia de pret a produselor / serviciilor dvs. - Care sunt preturile la care vor fi vandute produsele / serviciile dvs. si pe ce v-ati bazat in constructia lor? - Cum se raporteaza acestea la costuri, la concurenta si la asteptarile consumatorilor? - Care este politica de pret aplicata: pretul lider, urmaritor, "caimac", penetrare, redus, etc.? - Care este politica de reduceri si cand se aplica acestea? - Cum se face plata si care sunt termenii de plata?	1.00	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.50	strategia de pret este relevanta pentru afacere, se evidentiaza corect fundamentarea preturilor, politica de reduceri; preturile sunt corelate cu indicatorii financiari din ultimul capitol al planului
		0.25	strategia de pret contine informatii cuantificabile, care se pot corela cu usurinta in celelalte capitole ale planului de afaceri
V.7. Elaborati strategia de plasament a produselor / serviciilor dvs. - Identificati care este piata tinta pe care o vizati si cum veti ajunge la aceasta. - Care sunt canalele de distributie utilizate? Care este strategia dvs de vanzari? Luati in calcul costurile relationate cu stocul de produse, transportul si distributia acestora. - Planul dvs. trebuie sa includa statistici solide, cifre si orice alte detalii pe care se bazeaza proiectiile dvs.	1.00	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.50	strategia de plasament este relevanta pentru afacere, se evidentiaza corect canalele de distributie in raport cu segmentul de piata identificat si se evidentiaza costurile asociate cu distributia
		0.25	strategia de plasament contine informatii cuantificabile, care se pot corela cu usurinta in celelalte capitole ale planului de afaceri
V.8. Elaborati strategia de promovare a produselor / serviciilor dvs. - Cum veti promova afacerea dvs.? Dar produsele / serviciile dvs.? - Care este mesajul / sunt mesajele utilizate in promovare si de ce? - Care este mixul de canale utilizat si de ce? Cum v-ati calculat bugetul de publicitate? Elaborati un plan de promovare detaliat, cu perioade de campanie si bugetele aferente.	1.00	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.50	strategia de promovare este relevanta pentru afacere, se evidentiaza corect mesajul de promovare si mixul de canale, in stransa corelare cu strategiile de promovare ale competitorilor
		0.25	strategia de promovare contine informatii cuantificabile, care sa evidentieze corect raportul intre investitia in promovarea si rezultatele anticipate
V.9. Evaluati d.p.d.v. economic planul de marketing – raportati costurile la rezultatele asteptate si alocati costurile in cash-flow.	2.00	0.00	nu sunt prezentate informatii
		1.00	costurile cu promovarea sunt corect documentate si justificate (sunt incluse capturi de pe net / oferte de pret de la prestatori)
		1.00	evaluarea economica a planului de marketing este realista, in stransa corelare cu alocarea bugetara si rezultatele anticipate
VI. PLANUL OPERAȚIONAL		11.50	
VI.1. Prezentati informatii cu privire la spatiile de care aveti nevoie pentru derularea activitatilor de productie / depozitare / vanzare / management si organizare, inclusiv informatii privind costurile si modalitatile de dobandire ale acestora. - Puteti prezenta si schite ale spatiului de care aveti nevoie. - Sunt anumite metode de productie, echipamente sau facilitati speciale sau criterii tehnice asociate cu această afacere? - De ce tip de echipament de productie veti avea nevoie? Il puteti închiria?	2.50	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.50	informatiile sunt complete dpdv cantitativ
		0.50	informatiile sunt relevante din punct de vedere al spatiului si al dotarilor necesare si sunt corelate cu capacitatea de productie definita si cu caracteristicile tehnice si functionale ale produselor /
		1.00	informatiile sunt documentate, sunt prezentate schite ale spatiului si fise tehnice + oferte de pret ale echipamentelor
		0.50	informatiile sunt realiste, in stransa corelare cu capacitatea de productie / prestare
VI.2. Includeti informatii privind toate operatiunile procesului de productie, avand in vedere si echipamentele de care veti avea nevoie in derularea afacerii si costurile de achizitie / mentenanta / operare relationate cu acestea. - Descrieti de la A la Z modalitatea in care afacerea dvs. va functiona. Care sunt procesele? - De unde veti găsi materialele prime necesare și cum sunt acestea transformate în produs finit? - Care sunt etapele furnizării serviciului dvs. și cum acesta ajunge la client?	5.50	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.50	informatiile sunt complete dpdv cantitativ
		1.00	informatiile sunt relevante din punct de vedere al procesului de productie / prestare si este evidentiat corect fluxul activitatilor
		0.50	informatiile sunt documentate, dovedite cu oferte de pret si schite tehnice de proces
		2.50	informatiile sunt cuantificabile, respectiv acestea sunt usor de corelat cu capacitatea de productie, scenariile de vanzari, marimea echipei si preturile practicate
VI.3. Prezentati care sunt autorizatiile, certificatele, licentele, brevetele si marcele de care veti avea nevoie, precum si costurile si procedurile de dobandire a acestora.	1.75	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.25	informatiile sunt complete si suficiente dpdv cantitativ
		0.50	informatiile sunt relevante pentru natura afacerii
		0.50	informatiile sunt documentate si sunt prezentate sursele
		0.50	informatiile sunt realiste, tinand cont de termenele legale, dar si de eventuale depasiri ale acestora
VI.4. Detaliati informatiile referitoare la furnizori / clienti, termene si modalitati de plata / incasare, proceduri de lucru cu acestia, stocuri de marfa, aprovizionare.	1.75	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.25	informatiile sunt complete si suficiente dpdv cantitativ
		0.50	informatiile sunt relevante pentru a evidentia un flux financiar corect
		0.50	informatiile sunt documentate si sunt prezentate sursele
		0.50	informatiile sunt realiste, tinand cont de termenii contractuali, dar luand in calcul si situatii de depasire a acestora
VII. MANAGEMENT ȘI ORGANIZARE		11.50	
VII.1. Includeti informatii privind conducerea afacerii, profilele persoanelor din conducere, atribuțiile posturilor și limitele de competență.	0.50	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.25	informatiile sunt relevante, in corelare cu natura afacerii si nevoile de competente ale acestora

- Care sunt punctele tari ale dvs. utile pentru această afacere? (ex. resurse, capacitatea angajaților, experiență anterioară, etc.)		0.25	informatiile sunt realiste, tinandu-se cont atat de punctele forte, cat si de cele slabe ale persoanelor din conducerea afacerii
VII.2. Prezentați structura organizatorică, incluzand numarul de persoane pe care vreti sa le angajati.	0.75	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile sunt cuantificabile, organigrama reflectand situatia de personal reala a afacerii (incluzand si personalul externalizat)
		0.25	informatiile sunt realiste, tinandu-se cont de necesarul efectiv de resursa umana care sa asigure rezultatele definite in celelalte
VII.3. Realizati o fisa a postului pentru fiecare tip de post prevazut in structura organizatorica.	1.75	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile din fisele de post sunt suficiente dpdv cantitativ
		0.25	informatiile sunt suficiente de relevante pentru a realiza o selectie de personal eficienta
		0.50	informatiile sunt cuantificabile, pentru a asigura criteriile de selectie corecte si transparente
		0.50	informatiile sunt realiste, tinand cont de nevoia de competente a afacerii, dar si de nivelul ofertei de RU din piata muncii
VII.4. Aveti in vedere sa detaliiati politica de personal (politici de recrutare, angajare, inductie, proceduri de inlocuire in caz de incapacitate temporara sau permanenta, modalitati de motivare a angajatilor, pachete de salarizare pe care le veti adopta).	4.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	informatiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ, acoperind toate aspectele solicitate
		0.50	informatiile sunt relevante pentru dimensiunea actuala a afacerii
		1.00	informatiile sunt documentate pe baza teoriilor in ceea ce priveste politica de personal
		1.50	politicele de personal elaborate sunt cuantificabile, astfel incat sa se asigure egalitatea de sanse si premierea pe criterii de competente si rezultate
		0.50	informatiile prezentate sunt realiste, pornind de la capacitatea financiara a afacerii
VII.5. Includeti informatii cu privire la legislatia muncii in vigoare.	2.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		1.50	informatiile prezentate sunt relevante in raport cu natura afacerii
VII.6. Realizati o strategie de management al riscului (previziunea și gestionarea riscurilor). - De ce asigurări, echipamente de protecție sau precauții aveți nevoie? - Există și alte riscuri care trebuie luate în considerare în cadrul operațiunilor și managementului acestei afaceri? Care sunt masurile de contracarare a acestora?	1.25	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.25	informatiile sunt suficiente dpdv cantitativ, identificandu-se toate riscurile posibile in aceasta etapa (interne / externe)
		0.50	informatiile sunt relevante, tin cont de dinamica industriei si de analiza PEST
		0.50	solutiile de contracarare identificate sunt realiste, tinand cont de nivelul de competente al managementului
VII.7. Elaborati proceduri de management al timpului (proceduri de lucru, flux informational, tipizate de implementat la nivelul angajatilor, etc.).	1.25	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.25	informatiile sunt suficiente dpdv cantitativ, identificandu-se toate procedurile de lucru si fluxurile informationale vitale pentru afacere
		0.50	informatiile sunt relevante pentru a asigura un flux informational si de lucru corect si eficient, fara sincope si fara un nivel de birocratizare excesiv
		0.50	procedurile elaborate sunt realiste, asigurand timpi optimi de productie / prestare
VIII. PLANUL FINANCIAR			12.50
VIII.1. Evaluati cheltuielile cu investitia initiala si realizati o strategie de recuperare a acesteia. - Costurile inițiale se referă la costurile necesare deschiderii (sau extinderii) unei afaceri. Acestea includ: echipament hardware și software, dezvoltare de website (nu întreținere, ci design inițial), garanțiile chiriilor, etc. Costurile inițiale se plătesc doar o dată – dacă mai plătești o dată înseamnă că nu este cost inițial. - Un buget inițial clar și realist vă poate ajuta să decidă dacă această afacere este viabilă. Este vital să identificați de câți bani aveți nevoie ca să începeți afacerea, deoarece multe afaceri eșuează datorită lipsei de capital. Dacă costurile inițiale sunt prea mari, puteți renunța la afacere. - Acest buget vă poate ajuta să strângeți fonduri.	2.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	cheltuielile cu investitia initiala sunt identificate corect si informatiile descriptive sunt suficiente dpdv cantitativ
		0.50	informatiile prezentate sunt relevante si in directa asociere cu natura si dimensiunea afacerii
		0.50	sumele prinse in calcul sunt documentate si se prezinta sursele de informare
		0.50	informatiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare
		0.50	sumele prinse in calcul sunt realiste si tin cont de localizarea afacerii
VIII.2. Realizati o lista in care sa cuprindeti cheltuielile fixe lunare si modul in care se amortizeaza acestea in pretul produselor / serviciilor.	2.00	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	cheltuielile fixe lunare sunt identificate corect si informatiile descriptive sunt suficiente dpdv cantitativ
		0.25	informatiile prezentate sunt relevante si in directa asociere cu natura si dimensiunea afacerii
		0.50	sumele prinse in calcul sunt documentate si se prezinta sursele de informare
		0.25	informatiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare
		0.50	sumele prinse in calcul sunt realiste si tin cont de localizarea si dimensiunea afacerii
VIII.3. Calculati marja bruta pe care o aplicati produselor / serviciilor vandute. Calculati pragul de rentabilitate al afacerii dvs. lunar si anual (atat in valoare bruta a vanzarilor, cat si in numar de unitati de produse necesar a fi vandute).	0.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.25	informatiile sunt relevante si calculele evidentiaza clar pragul de la care afacerea devine profitabila
		0.25	informatiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare
VIII.4. Realizati o simulare a vanzarilor (scenariu optimist, pesimist si probabil). - Calculați vânzările în timp! Primul pas îl reprezintă estimarea vânzărilor pe o perioadă anume. În general, vânzările sunt estimate pe luni. Apoi, lunile sunt cumulate pentru a determina vânzările anuale. - Previziunile de vânzări se bazează pe analiza de piață. Câte produse sau servicii veți vinde în prima lună? Câte veți vinde în următoarele 12 luni? - Rețineți că acestea sunt vânzări estimate; nu veți putea niciodată estima 100% corect. Totuși, cel mai bine este să fiți conservatori când estimați vânzările. Niciodată nu veți vinde la capacitatea pieței din prima lună sau chiar din primul an.	3.50	0.00	nu sunt prezentate informații
		0.50	scenariile de vanzari sunt prezentate exhaustiv, informatia este suficienta dpdv cantitativ, urmarind scenariul lunar si anuale minim pentru primul an de functionare a afacerii
		0.50	informatiile prezentate sunt relevante pentru a asigura sustenabilitatea afacerii pe termen mediu si lung
		1.50	sumele prinse in calcul sunt documentate si se prezinta sursele de informare
		0.50	informatiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare, in directa asociere cu capacitatea de productie / prestare
		0.50	sumele prinse in calcul sunt realiste si in directa asociere cu natura si dimensiunea afacerii, dar si cu marimea si tendinta pietei si cu dinamica concurentiale

VIII.5. Realizati o previzionare a cheltuielilor fixe si variabile, dar si a veniturilor, pentru minimum 12 luni (simulare bilant anual).	1.50	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.50	informatiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ, pentru a asigura o viziune de ansamblu cu privire la evolutia in timp a afacerii
		0.25	informatiile prezentate sunt relevante pentru a dovedi sustenabilitatea afacerii pe termen mediu si lung
		0.25	informatiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare, in directa asociere cu politicile comerciale (furnizori / clienti)
		0.50	previziunile sunt realiste, tinand cont de politicile comerciale ale firmei, dar si de evolutia pietei in general
VIII.6. Analizati necesarul de cash flow si identificati sursele de finantare necesare, precum si costurile aferente atragerii finantarii respective.	1.75	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.50	informatiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ, pentru a asigura o viziune de ansamblu cu privire la necesarul de capital de lucru lunar / annual
		0.50	informatiile prezentate sunt relevante pentru a dovedi sustenabilitatea afacerii pe termen mediu si lung
		0.50	informatiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare, in directa asociere cu politicile comerciale (furnizori / clienti)
		0.25	previziunile sunt realiste, tinand cont de politicile comerciale ale firmei, dar si de evolutia pietei in general
VIII.7. Includeti o proiectie a profitabilității afacerii pe minimum 3 ani (simulare P&L).	0.75	0.00	nu sunt prezentate informatii
		0.25	informatiile sunt relevante, cu scopul de a dovedi sustenabilitatea
		0.25	informatiile sunt cuantificabile, astfel incat sa se evidentieze clar
		0.25	informatiile sunt realiste, in stransa corelare cu capacitatea de productie / prestare si cu scenariile de vanzari
MATURITATEA PLANULUI DE AFACERI			10.00
VIII.8. Fluxul de numerar net cumulat, în condițiile unei estimări detaliate, fundamentate, realiste a cheltuielilor și veniturilor	5.00	0.00	prezintă valori negative oricând pe durata de analiză a investiției
		5.00	este pozitiv pe toată durata de analiză a investiției
VIII.9. Creșterea medie a cifrei de afaceri pentru primii 3 ani de activitate.	5.00	0.00	0%
		2.50	sub 25%
		5.00	peste 25%
TOTAL GENERAL:			100.00

Contributia PA la temele secundare din POCU 2014-2020, conform specificațiilor din Ghidului solicitantului – Condiții specifice

Contributia la teme secundare din POCU 2014-2020	Da	Nu	In caz afirmativ, justificati abordarea acestei tematici
Planul de afaceri promoveaza concret dezvoltarea durabila prin activitatile specifice propuse a fi derulate			
Planul de afaceri promoveaza sprijinirea tranzitiei catre o economie cu emisii scazute de dioxid de carbon si eficienta din punctul de vedere al utilizarii resurselor prin activitatile specifice propuse a fi derulate			
Planul de afaceri promoveaza inovarea sociala prin activitatile specifice propuse a fi derulate			
Planul de afaceri promoveaza concret utilizarea si calitatea TIC prin activitatile specifice propuse a fi derulate			
Planul de afaceri promoveaza concret consolidarea cercetarii, a dezvoltarii tehnologice si/sau a inovarii prin activitatile specifice propuse a fi derulate			
Planul de afaceri prevad activitati economice incadrate in CAEN, sectiunea G – Comerț cu ridicata și cu amănuntul; repararea autovehiculelor și motocicletelor, cu excepția Grupei 452 – Întreținerea și repararea autovehiculelor			