

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 | Detaliiere 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 tendita 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 | | 0.00 | nu sunt prezentate informații |
| | | 0.50 | sunt prezentate informatii suficiente dpdv cantitativ |

| | | | |
|---|------|--|--|
| <p>III.3. Includeți informații despre industria în care veți activa, mai ales dacă domeniul de activitate vizat este unul de nisa sau unul cu care potențialii investitori s-ar putea să nu fie familiarizați. Descrieți situația industriei în prezent și orice alte informații cu privire la tendințe.</p> | 2.50 | 0.50 1.00 0.50 | <p>informațiile prezentate sunt relevante pentru afacere</p> <p>informațiile prezentate sunt suficient documentate și sunt prezentate sursele</p> <p>informațiile sunt realiste și suficient argumentate, mai ales în ceea ce privește tendințele pieței</p> |
| <p>III.4. Motivați de ce credeți că afacerea dvs. va fi una de succes, prezentând strategia dvs. de intrare pe piața și 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?</p> | 4.00 | 0.00 0.50 0.50 1.00 1.00 1.00 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>informațiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ</p> <p>informațiile prezentate sunt relevante, potențialul de succes al afacerii este motivat profesionist, bazându-se pe argumente pertinente</p> <p>argumentele aduse în susținere sunt suficient documentate</p> <p>informațiile prezentate sunt cuantificabile, concluzia cu privire la sustenabilitatea afacerii fiind ușor de susținut</p> <p>informațiile prezentate sunt realiste, bazate pe realitatea pieței</p> |
| <p>III.5. Punctați toate considerentele juridice care trebuie avute în vedere (ex.: licențe necesare, condiții speciale de muncă, legislație de mediu, taxe de autorizare, etc.).</p> | 1.50 | 0.00 0.50 0.50 0.50 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>informațiile prezentate sunt relevante în raport cu domeniul de activitate</p> <p>informațiile prezentate sunt corect documentate, atât dpdv al necesității, cât și dpdv al costurilor și timpului alocat</p> <p>informațiile prezentate sunt cuantificabile, toate considerentele juridice fiind corect evidențiate într-o listă completă</p> |
| <p>IV. DESCRIEREA PRODUSELOR / SERVICIILOR</p> | | | <p>11.50</p> |
| <p>IV.1. Descrieți detaliat produsele și / sau serviciile oferite, prezentând toate aspectele legate de acestea: ingrediente, dimensiuni, funcționalități, aspect, ambalaj, etc. Fiți cât mai specific cu putință.</p> | 2.50 | 0.00 0.50 0.50 0.50 1.00 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>informațiile sunt suficiente dpdv cantitativ, produsele / serviciile sunt descrise clar și complet</p> <p>informațiile oferite sunt relevante în raport cu afacerea și obiectivele setate</p> <p>caracteristicile produselor / serviciilor sunt suficient documentate, în directă corelare cu tehnologia utilizată</p> <p>beneficiile produselor / serviciilor sunt cuantificabile</p> |
| <p>IV.2. Ce nevoi satisfac produsele / serviciile oferite?</p> | 1.00 | 0.00 0.50 0.50 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>nevoile identificate sunt relevante pentru comportamentul de consum al publicului țintă</p> <p>nevoile identificate sunt documentate și argumentate în raport cu piața</p> |
| <p>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?</p> | 2.00 | 0.00 0.50 0.50 1.00 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>sunt prezentate avantajele produselor / serviciilor oferite, evidențindu-se relevanța acestora în raport cu piața vizată</p> <p>USP-ul este corect documentat în raport cu competiția și nevoia identificată pe piața</p> <p>USP-ul este realist, având în vedere capacitatea de producție / prestare și nivelul calitativ</p> |
| <p>IV.4. Care sunt costurile relationate cu produsele / serviciile dvs. (costurile variabile)? - Aveți în vedere toate costurile care intră în componența produselor / serviciilor (materie primă, ambalaj, costuri cu utilități relationate direct cu producția, costuri cu transportul, costuri cu depozitarea, eventuale comisioane acordate la vânzare, etc.). Fundamentați aceste costuri prezentând o cercetare cu privire la potențialii furnizori. - Costurile variabile se referă la toate costurile relationate cu producția / prestarea. Dacă produceți / prestați servicii, generați aceste costuri, dacă nu, nu.</p> | 3.50 | 0.00 0.50 0.50 0.50 1.00 1.00 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>costurile sunt prezentate exhaustiv și suficient fundamentate, cantitatea de informație este suficientă pentru a avea o viziune reală asupra costurilor de producție / prestare</p> <p>informațiile prezentate sunt suficiente de relevante pentru a asigura o construcție corectă a strategiei de pret</p> <p>costurile identificate sunt documentate printr-o cercetare cu privire la potențialii furnizori</p> <p>informațiile prezentate sunt cuantificabile, asigurând o selecție corectă a furnizorilor</p> <p>informațiile prezentate sunt realiste și actualizate ("up-to-date")</p> |
| <p>IV.5. Dacă este vorba de producție, includeți detalii despre tehnologia de care aveți nevoie, capacitatea de producție pe care o ofera și costurile relationate cu procurarea acesteia. Dacă este vorba de servicii, includeți detalii despre capacitatea de livrare, raportat la dimensiunea propusă a afacerii</p> | 2.50 | 0.00 0.50 0.50 0.50 0.50 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>informațiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ și argumentate</p> <p>informațiile prezentate sunt relevante în contextul afacerii la nivel de start-up</p> <p>informațiile prezentate sunt suficient documentate (incluzând caracteristici tehnice și prețuri de la furnizorii de echipamente)</p> <p>informațiile sunt cuantificabile, pentru a permite o selecție corectă a furnizorilor optimați de echipamente</p> <p>informațiile prezentate sunt realiste în raport cu nivelul investiției</p> |
| <p>V. PLANUL DE MARKETING</p> | | | <p>11.50</p> |
| <p>V.1. Realizați o analiză a consumatorului. - Identificați cine este publicul dvs. țintă (cumparatori vs. consumatori) și definiți caracteristicile acestuia (analiză geografică, demografică, psihografică). Caror nevoi răspund produsele / serviciile dvs.? - Care sunt etapele de achiziție pentru produsele / serviciile dvs.?</p> | 1.50 | 0.00 0.50 0.50 0.50 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>informațiile prezentate sunt complete, suficiente dpdv cantitativ</p> <p>informațiile prezentate sunt suficient documentate și susținute prin studii, statistici, informații publice</p> <p>informațiile prezentate sunt cuantificabile, astfel încât să permită o corectă identificare a segmentului de piață optim</p> |
| <p>V.2. Realizați o analiză a pieței (analiză mediului extern al afacerii dumneavoastră). - Includeți referiri la situația economică a ramurii, la tendințele pieței și</p> | | 0.00 0.50 | <p>nu sunt prezentate informații</p> <p>informațiile prezentate sunt complete, suficiente dpdv cantitativ</p> |

| | | |
|---|------|--|
| <p>modificari anticipate, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daca prevedeti orice fel de obstacole, cum le veti depasi? - Care este pozitia pe care o vizati pe piata? Atentie la segmentarea pietei. <p>Planul dvs. ar trebui să includă statistici solide, cifre, precum și alte detalii, care vor pune bazele pentru proiecțiile dvs. de vânzări și perspectivele pe</p> | 1.50 | <p>0.50 informatiile prezentate sunt suficient documentate si sustinute prin studii, statistici, informatii publice</p> <p>0.50 informatiile prezentate sunt cuantificabile, astfel incat sa permita o corecta proiectie a vanzarilor</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> <p>0.50 informatiile prezentate sunt complete, suficiente dpdv cantitativ</p> |
| <p>V.3. Realizati o analiza a concurentei.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cine sunt principalii dvs. competitori (directi si indirecti)? - Care sunt avantajele competitive ale produselor / serviciilor principalilor dumneavoastra competitori? | 1.50 | <p>0.50 informatiile prezentate sunt suficient documentate si sustinute prin studii, statistici, informatii publice</p> <p>0.50 informatiile prezentate sunt cuantificabile, astfel incat sa permita o corecta pozitionare pe piata</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> |
| <p>V.4. Elaborati o analiza SWOT a afacerii dvs.</p> | 1.00 | <p>0.50 analiza SWOT este bazata pe informatii relevante pentru afacere</p> <p>0.50 analiza SWOT este realista, bazata pe informatii verificabile</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> |
| <p>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.).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aveti in vedere: varietatea, calitatea, designul, caracteristicile, marca, ambalarea, dimensiunile, serviciile adiacente, garantiile, returnurile. | 1.00 | <p>0.50 strategia de produs este relevanta pentru afacere, se evidentiaza corect portofoliul de produse / servicii, in stransa corelare cu scenariile de vanzari</p> <p>0.25 strategia de produs contine informatii cuantificabile, care se pot corela cu usurinta in celelalte capitole ale planului de afaceri</p> <p>0.25 strategia de produs este realista, pornind de la capacitatea de productie / prestare stabilita, si este corelata cu forta de vanzare</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> |
| <p>V.6. Elaborati strategia de pret a produselor / serviciilor dvs.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 | <p>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 de</p> <p>0.25 strategia de pret contine informatii cuantificabile, care se pot corela cu usurinta in celelalte capitole ale planului de afaceri</p> <p>0.25 strategia de pret este realista, pornind de la capacitatea de productie / prestare stabilita, este corelata cu forta de vanzare si cu strategiile concurentilor principali</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> |
| <p>V.7. Elaborati strategia de plasament a produselor / serviciilor dvs.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 proiecțiile dvs. | 1.00 | <p>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</p> <p>0.25 strategia de plasament contine informatii cuantificabile, care se pot corela cu usurinta in celelalte capitole ale planului de afaceri</p> <p>0.25 strategia de plasament este realista, pornind de la capacitatea de productie / prestare stabilita si este corelata cu forta de vanzare</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> |
| <p>V.8. Elaborati strategia de promovare a produselor / serviciilor dvs.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 eferente. | 1.00 | <p>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</p> <p>0.25 strategia de promovare contine informatii cuantificabile, care sa evidentieze corect raportul intre investitia in promovarea si rezultatele anticipate</p> <p>0.25 strategia de promovare este realista, tinand cont de capacitatea de productie / prestare stabilita, forta de vanzare si bugetul alocat</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> |
| <p>V.9. Evaluati d.p.d.v. economic planul de marketing – raportati costurile la rezultatele asteptate si alocati costurile in cash-flow.</p> | 2.00 | <p>1.00 costurile cu promovarea sunt corect documentate si justificate (sunt incluse capturi de pe net / oferte de pret de la prestatori)</p> <p>1.00 evaluarea economica a planului de marketing este realista, in stransa corelare cu alocarea bugetara si rezultatele anticipate</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> |
| <p>VI. PLANUL OPERAȚIONAL</p> | | <p>11.50</p> |
| <p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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? Îl puteți închiria? | 2.50 | <p>0.50 informatiile sunt complete dpdv cantitativ</p> <p>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 /</p> <p>1.00 informatiile sunt documentate, sunt prezentate schite ale spatiului si fise tehnice + oferte de pret ale echipamentelor</p> <p>0.50 informatiile sunt realiste, in stransa corelare cu capacitatea de productie / prestare</p> <p>0.00 nu sunt prezentate informatii</p> |
| <p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descrieti de la A la Z modalitatea în care afacerea dvs. va funcționa. Care | 5.50 | <p>0.50 informatiile sunt complete dpdv cantitativ</p> <p>1.00 informatiile sunt relevante din punct de vedere al procesului de productie / prestare si este evidentiat corect fluxul activitatilor</p> <p>0.50 informatiile sunt documentate, dovedite cu oferte de pret si schite tehnice de proces</p> |

| | | | |
|---|------|------|--|
| sunt procesele? - De unde veți găsi materialele prime necesare și cum sunt acestea transformate în produs finit? - Care sunt etapele furnizării serviciului dvs. și cum acesta ajunge la client? | | 2.50 | informatiile sunt cuantificabile, respectiv acestea sunt usor de corelat cu capacitatea de productie, scenariile de vanzari, marimea echipei si preturile practice |
| | | 1.00 | informatiile sunt realiste si suficient argumentate, mai ales in ceea ce priveste capacitatea de productie si modul de aprovizionare |
| 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 |
| 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 |
| | | 0.00 | informatiile sunt realiste, tinand cont de termenii contractuali, dar luand in calcul si situatii de depasire a acestora |
| | | 0.25 | informatiile sunt complete si suficiente dpdv cantitativ |
| | | 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, profilul persoanelor din conducere, atributiile posturilor și limitele de competență. - Care sunt punctele tari ale dvs. utile pentru această afacere? (ex. resurse, capacitatea angajaților, experiență anterioară, etc.) - Care sunt punctele slabe preconizate ce pot afecta această afacere? (ex. lipsa de resurse, capacitatea angajaților, experiență anterioară etc.) | 0.50 | 0.00 | nu sunt prezentate informatii |
| | | 0.25 | informatiile sunt relevante, in corelare cu natura afacerii si nevoile de competente ale acesteia |
| | | 0.25 | informatiile sunt realiste, tinandu-se cont atat de punctele forte, cat si de cele slabe ale persoanelor din conducerea afacerii |
| VII.2. Prezentati structura organizatorică, incluzand numarul de persoane pe care vreti sa le angajati. | 0.75 | 0.00 | nu sunt prezentate informatii |
| | | 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 capitole ale planului de afaceri |
| VII.3. Realizati o fisa a postului pentru fiecare tip de post prevazut in structura organizatorica. | 1.75 | 0.00 | nu sunt prezentate informatii |
| | | 0.50 | informatiile din fisele de post sunt suficiente dpdv cantitativ |
| | | 0.25 | informatiile sunt relevante pentru a facilita o selectie de personal eficiente |
| | | 0.50 | informatiile sunt cuantificabile, pentru a asigura criteriile de selectie corecte si transparente |
| VII.4. Aveti in vedere sa detaliati 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 informatii |
| | | 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 premiarea pe criterii de competente si rezultate |
| VII.5. Includeti informatii cu privire la legislatia muncii in vigoare. | 2.00 | 0.00 | nu sunt prezentate informatii |
| | | 0.50 | informatiile prezentate sunt relevante in raport cu natura afacerii |
| | | 1.50 | informatiile sunt documentate, cu referiri la articole de lege |
| 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 măsurile de contracarare a acestora? | 1.25 | 0.00 | nu sunt prezentate informatii |
| | | 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 informatii |
| | | 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 chirilor, etc. Costurile inițiale se alăturează datelor de mai târziu a datelor financiare și nu | | 0.00 | nu sunt prezentate informatii |
| | | 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 |

| | | | |
|--|------|------|---|
| inițiere 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 decideți 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 | 0.50 | sumele prinse în calcul sunt documentate și se prezintă sursele de informare |
| | | 0.50 | informațiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare |
| | | 0.50 | sumele prinse în calcul sunt realiste și țin cont de localizarea afacerii |
| | | 0.00 | nu sunt prezentate informații |
| | | 0.50 | cheltuielile fixe lunare sunt identificate corect și informațiile descriptive sunt suficiente dpdv cantitativ |
| | | 0.25 | informațiile prezentate sunt relevante și în directă asociere cu natura și dimensiunea afacerii |
| VIII.2. Realizați o listă în care să cuprindeți cheltuielile fixe lunare și modul în care se amortizează acestea în prețul produselor / serviciilor. | 2.00 | 0.50 | sumele prinse în calcul sunt documentate și se prezintă sursele de informare |
| | | 0.25 | informațiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare |
| | | 0.50 | sumele prinse în calcul sunt realiste și țin cont de localizarea și dimensiunea afacerii |
| VIII.3. Calculați marja brută pe care o aplicați produselor / serviciilor vândute. Calculați pragul de rentabilitate al afacerii dvs. lunar și anual (atat în valoare brută a vânzării, cât și în număr de unități de produse necesare a fi vândute). | 0.50 | 0.00 | nu sunt prezentate informații |
| | | 0.25 | informațiile sunt relevante și calculele evidențiază clar pragul de la care afacerea devine profitabilă |
| | | 0.25 | informațiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare |
| VIII.4. Realizați o simulare a vânzării (scenariu optimist, pesimist și probabil). - Calculați vânzările în timp! Primul pas îl reprezintă estimarea vânzării pe o perioadă anume. În general, vânzările sunt estimate pe luni. Apoi, lunile sunt cumulate pentru a determina vânzările anuale. - Previunile 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 vânzări sunt prezentate exhaustiv, informația este suficientă dpdv cantitativ, urmărind scenariul lunar și anual minim pentru primul an de funcționare a afacerii |
| | | 0.50 | informațiile prezentate sunt relevante pentru a asigura sustenabilitatea afacerii pe termen mediu și lung |
| | | 1.50 | sumele prinse în calcul sunt documentate și se prezintă sursele de informare |
| | | 0.50 | informațiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare, în directă asociere cu capacitatea de producție / prestare |
| | | 0.50 | sumele prinse în calcul sunt realiste și în directă asociere cu natura și dimensiunea afacerii, dar și cu mărimea și tendința pieței și cu dinamica concurenței |
| VIII.5. Realizați o previzionare a cheltuielilor fixe și variabile, dar și a veniturilor, pentru minimum 12 luni (simulare bilanț anual). | 1.50 | 0.00 | nu sunt prezentate informații |
| | | 0.50 | informațiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ, pentru a asigura o viziune de ansamblu cu privire la evoluția în timp a afacerii |
| | | 0.25 | informațiile prezentate sunt relevante pentru a dovedi sustenabilitatea afacerii pe termen mediu și lung |
| | | 0.25 | informațiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare, în directă asociere cu politicile comerciale (furnizori / clienți) |
| | | 0.50 | previziunile sunt realiste, ținând cont de politicile comerciale ale firmei, dar și de evoluția pieței în general |
| VIII.6. Analizați necesarul de cash flow și identificați sursele de finanțare necesare, precum și costurile aferente atragerii finanțării respective. | 1.75 | 0.00 | nu sunt prezentate informații |
| | | 0.50 | informațiile prezentate sunt suficiente dpdv cantitativ, pentru a asigura o viziune de ansamblu cu privire la necesarul de capital de lucru lunar / anual |
| | | 0.50 | informațiile prezentate sunt relevante pentru a dovedi sustenabilitatea afacerii pe termen mediu și lung |
| | | 0.50 | informațiile sunt cuantificabile, sunt folosite formule de calcul clare, în directă asociere cu politicile comerciale (furnizori / clienți) |
| | | 0.25 | previziunile sunt realiste, ținând cont de politicile comerciale ale firmei, dar și de evoluția pieței în general |
| VIII.7. Incluziți o proiecție a profitabilității afacerii pe minimum 3 ani (simulare P&L). | 0.75 | 0.00 | nu sunt prezentate informații |
| | | 0.25 | informațiile sunt relevante, cu scopul de a dovedi sustenabilitatea afacerii |
| | | 0.25 | informațiile sunt cuantificabile, astfel încât să se evidențieze clar performanțele financiare ale afacerii |
| | | 0.25 | informațiile sunt realiste, în strânsă corelare cu capacitatea de producție / prestare și cu scenariile de vânzări |
| MATURITATEA PLANULUI DE AFACERİ | | | 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 |

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

| Contribuția la teme secundare din POCU 2014-2020 | Da | Nu | În caz afirmativ, justificați abordarea acestei tematici |
|--|----|----|--|
| Planul de afaceri promovează concret dezvoltarea durabilă prin activitățile specifice propuse a fi derulate | | | |
| Planul de afaceri promovează sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiența din punctul de vedere al utilizării resurselor prin activitățile 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 | | | |