

Anexa 14

GRILA DE EVALUARE TEHNICO-FINANCIARA

APLICANT : Nume și prenume

.....

Nr. înreg plan de afaceri (alocat în momentul depunerii planului).....

	DESCRIEREA AFACERII ȘI A STRATEGIEI DE IMPLEMENTARE A PLANULUI DE AFACERI	maxim 30 pct.	
	Viziunea solicitantului este prezentată într-un limbaj coerent, adecvat, răspunzând tuturor cerințelor	2	
	Obiectivele firmei nou create sunt SMART	4	
	Afacerea este descrisă pe larg, obiectivele sunt SMART și este prezentat modul de funcționare	4	
	Planul de afacere este necesar, relevant față de obiectivul proiectului în cadrul caruia se desfășoară acest concurs	2	
	Nevoile și problemele sunt clar identificate, descrise și relevante față de segmentul de clienți deservit	4	
	Activitățile, rezultatele și indicatorii propuși sunt bine corelate între ele și au capacitatea de a contribui în mod direct la atingerea obiectivelor planului de afaceri	6	
	Planificarea activităților ia în considerare natura acestora, iar succesiunea lor în timp este logică, clară și realistă. Durata activităților este corelată cu durata necesară obținerii rezultatelor corespunzătoare și de resursele puse la dispoziție prin proiect.	4	
	Planul de afaceri identifică clar și realist riscuri relevante și sunt prezentate măsurile de prevenire a apariției riscurilor și de atenuare a efectelor acestora în cazul apariției	4	
	PLANURILE DE AFACERI PROPUN ACTIVITĂȚI CONCRETE CARE DUC LA PROMOVAREA TEMELOR SECUNDARE ȘI ORIZONTALE	maxim 12 pct	
	Vor promova concret dezvoltarea durabilă prin dezvoltarea de produse, tehnologii sau servicii care contribuie la aplicarea principiilor dezvoltării durabile de către întreprinderile finanțate	2	
	Vor promova concret egalitatea de șanse și tratament (egalitatea de gen, nediscriminarea, accesibilitatea persoanelor cu dizabilități)	2	
	Vor promova concret sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de CO ₂ și eficientă din punct de vedere al utilizării resurselor	1	
	Vor promova concret inovarea socială, dezvoltarea de idei, servicii, modele, prin care pot fi abordate mai bine provocările sociale, cu participarea actorilor publici și privați, inclusive a asociațiilor civile, cu scopul îmbunătățirii serviciilor sociale	2	

	Vor promova concret utilizarea și calitatea TIC prin implementarea unor soluții TIC în procesul de producție, furnizare de bunuri, prestare de servicii și/sau execuție de lucrări	4	
	Vor promova concret consolidarea cercetării, a dezvoltării tehnologice și/sau a inovării, prin derularea de activități specifice	1	
	ANALIZA SWOT	Maxim 2 pct	
	Analiza SWOT este corect elaborată și fundamentată	2	
	SCHEMA ORGANIZATORICA SI POLITICA DE RESURSE UMANE A INTREPRINDERII	Maxim 6 pct	
	Este descrisa clar echipa ce va asigura managementul intreprinderii din punct de vedere al funcțiilor, responsabilităților, experienței in domeniu, specializarilor cu impact asupra afacerii create	2	
	Posturile ce urmează a fi create sunt bine corelate cu activitățile firmei, sunt descrise clar, inclusiv relațiile dintre posturi	2	
	Sunt detaliate aspect legate de politica de resurse umane: recrutare, selecție, monitorizare activitate, motivare, salarizare, dezvoltare profesională	2	
	DESCRIEREA PRODUSELOR/SERVICIILOR/LUCRĂRILOR CARE FAC OBIECTUL AFACERII	Maxim 10 pct	
	Solicitantul descrie în mod clar și concis principalele caracteristici ale produselor/ serviciilor/ lucrărilor care fac obiectul afacerii	4	
	Produsele/ serviciile/lucrările care fac obiectul afacerii prezinta avantaje pentru segmentul de clienti si pot contribui la creșterea bazei de clienți	4	
	Sunt prezentate furnizarea de servicii specifice (post vânzare, transport, garanție, reparații etc);	2	
	ANALIZA PIEȚEI DE DESFACERE ȘI A CONCURENȚEI	Maxim 9 pct	
	Analiza pieței demonstrează existența unei piețe/cereri potențiale pentru produsele/serviciile oferite de întreprindere	3	
	Este descris segmentul de piață/ grupul țintă căruia se adresează serviciul/ produsul rezultat în urma investiției, inclusiv din punct de vedere al dimensiunii și al ariei de acoperire	3	
	Analiza concurenței identifică principalii competitori, punctele lor țări și slabe, avantajul competitiv al solicitantului (în termeni tehnici, de marketing, operaționali, organizaționali).	3	
	STRATEGIA DE MARKETING	Maxim 17 pct	
	Obiectivele generale de marketing sunt clar descries, sunt SMART si sunt relevante față de obiectivele generale ale intreprinderii	2	
	Este descrisă strategia de introducere a produselor/ serviciilor/ lucrărilor pe piață?	3	
	Sunt descrise metodele prin care se va promova produsul/serviciile in randul potentialilor consumatori.	3	
	Sunt descrise metodele prin care se va livra produsul catre clienti (direct, indirect prin intermediari, en detail, en gros etc	3	
	Este descris modul in care se va fixa pretul/ strategia de fixare a prețului.	3	

	Este prevăzut un plan de acțiune si un buget aferent strategiei de marketing	3	
	SUSTENABILITATEA PLANULUI DE AFACERI	Maxim 4 pct	
	Solicitantul dovedește capacitatea de a asigura menținerea, întreținerea și funcționarea investiției/întreprinderii, minim 18 luni după înființare (Solicitantul descrie clar modul prin care va atinge indicatorul de venituri obligatoriu: 30% din valoarea avansului de 75% din totalul ajutorului de minimis)	2	
	Solicitantul descrie modalitatea de continuare a afacerii, pentru încă 3 ani, de la finalizarea investiției.	2	
	PROIECȚII FINANCIARE PRIVIND AFACEREA	Maxim 10 pct	
	Estimarea veniturilor si estimarea cheltuielilor pentru înființarea și funcționarea afacerii este corectă și este bine justificată	5	
	Estimarea veniturilor si estimarea cheltuielilor pentru înființarea și funcționarea afacerii sunt corecte, însă insuficient justificată	3	
	Costurile prevăzute în bugetul proiectului sunt bine corelate cu activitățile proiectului, cu complexitatea acestora și cu resursele prevăzute.	5	
	Punctaj total		

Nume si prenume membru juriu	
Semnatura	
Data	