**FAZA B – GRILA DE EVALUARE TEHNICO-FINANCIARA**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nr.**  **crt.** | **Criterii de selecţie** | **Punctaj total Maximum 100 puncte** | **Punctaj**  **acordat** |
| 1. | Date generale cu privire la afacere (maximum 15 pct.) | | |
| 1.1. | Domeniul de activitate vizat de planul de afaceri depus se încadrează în lista codurilor CAEN eligibile – la productie, servicii sau comert | | |
| Productie | 8 |  |
|  | Servicii | 6 |  |
|  | Comert | 4 |  |
|  | Se vor crea locuri de muncă suplimentare, pe lângă 1 obligatoriu | | |
| 1.2. | Minimum 1 loc de muncă suplimentar | 5 |  |
|  | Niciun loc de muncă suplimentar | 0 |  |
| 1.3. | Se vor angaja persoane din grupuri vulnerabile (conform HG 799/2014), inclusiv tineri NEETS | | |
| Cel puţin o persoană angajată | 2 |  |
|  | Nicio persoană angajată din acest grup | 0 |  |
| ***Notă 1: Lista codurilor CAEN eligibile este prezentată în cadrul anexei 4 la prezenta metodologie.*** | | | |
| 2. | Descrierea afacerii şi a strategiei de implementare a planului de afaceri (maximum 20 pct.) | | |
| 2.1. | Viziunea asupra afacerii |  |  |
| a. Viziunea solicitantului este prezentată într- un limbaj coerent, adecvat, răspunzând  tuturor cerinţelor  > | 3 |  |
| b. Viziunea solicitantului este prezentată într- un limbaj coerent, adecvat, dar pe scurt şi fără a răspunde tuturor cerinţelor | 1 |
| c. Viziunea solicitantului nu este prezentată într-un limbaj coerent, adecvat şi nu răspunde nici unei cerinţe | 0 |
| 2.2. | Descrierea ideii de afaceri | | |
| a. Afacerea este descrisă pe larg, obiectivele sunt SMART şi este prezentat modul de funcţionare | 5 |  |
| b. Este descrisă afacerea, inclusiv modul de funcţionare însă obiectivele nu sunt SMART sau este descrisă afacerea, obiectivele sunt SMART, însă nu este descris modul de funcţionare | 3 |
| c. Este descrisă afacerea pe scurt şi nu sunt punctate obiectivele şi modul de funcţionare | 1 |
| d. Nu sunt descrise afacerea, obiectivele şi modul de funcţionare | 0 |
| 2.3. | Activităţile necesare pentru implementarea planului de afaceri | | |
| a. Activităţile prezentate sunt coerente şi relevante pentru implementarea planului de afaceri | 3 |  |
| b. Activităţile prezentate sunt parţial relevante pentru implementarea planului de afaceri | 1 |
| c. Activităţile prezentate nu sunt relevante pentru implementarea planului de afaceri | 0 |
| 2.4. | Riscurile asociate afacerii | | |
|  | a. Sunt identificate şi prezentate toate cele 3 categorii de riscuri | 3 |  |
|  | b. Sunt identificate şi prezentate parţial cele 3 categorii de riscuri | 1 |  |
|  | c. Nu sunt identificate riscurile relevante asociate afacerii | 0 |  |
| 2.5. | Elementele cu privire la obiectivele transversale | | |
|  | 2.5.1. Promovarea dezvoltării durabile | | |
|  | a. Este dovedită contribuţia planului de afaceri la promovarea dezvoltării durabile | 2 |  |
|  | b. Nu este dovedită contribuţia planului de afaceri la promovarea dezvoltării durabile | 0 |  |
|  | 2.5.2. Promovarea sprijinirii tranziţiei către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon şi eficienţă din punctul de vedere al utilizării resurselor | | |
|  | a. Este dovedită contribuţia planului de afaceri la promovarea sprijinirii tranziţiei către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon şi eficienţă din punctul de vedere al utilizării resurselor | 1 |  |
|  | Nu este dovedită contribuţia planului de afaceri la promovarea sprijinirii tranziţiei către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon şi eficienţă din punctul de vedere al utilizării resurselor | 0 |  |
|  | 2.5.3. Promovarea inovării sociale | | |
|  | Este dovedită contribuţia planului de afaceri la promovarea inovării sociale | 1 |  |
|  | Nu este dovedită contribuţia planului de afaceri la promovarea inovării sociale | 0 |  |
|  | 2.5.4. Promovarea /utilizarea/calitatea TIC în procesul de producție/furnizare bunuri,prestare servicii și/sau execuție lucrări; dezvoltării tehnologice şi/sau | |  |
|  | Este dovedită contribuţia planului de afaceri la promovarea si utilizarea solutiilor TIC | 2 |  |
|  | Nu este dovedită contribuţia planului de afaceri la promovarea si utilizarea solutiilor TIC | 0 |  |
| 3. | Analiza SWOT (maximum 10 pct.) | | |
|  | a. Analiza SWOT este corect elaborată şi fundamentată | 10 |  |
|  | b. Analiza SWOT este incompletă | 5 |  |
|  | c. Analiza SWOT conţine informaţii  nerelevante | 0 |  |
| 4. | Schema organizatorică şi politica de resurse umane (maximum 10 pct.) | | |
| 4.1. | Descrierea atribuţiilor, expertizei şi a responsabilităţilor | | |
|  | a. Sunt descrise pe larg atribuţiile, expertiza şi responsabilităţile fiecăreia dintre posturi | 3 |  |
|  | b. Sunt descrise sumar atribuţiile, expertiza şi responsabilităţile fiecăreia dintre posturi | 1 |  |
|  | c. Nu sunt descrise atribuţiile, expertiza şi responsabilităţile fiecăreia dintre posturi | 0 |  |
| 4.2. | Calificările şi experienţa persoanelor cheie | | |
|  | a. Calificările persoanelor cheie sunt relevante pentru domeniul de activitate al firmei | 4 |  |
|  | b. Calificările persoanelor cheie sunt parţial relevante pentru domeniul de activitate | 2 |  |
|  | c. Calificările persoanelor cheie nu sunt relevante pentru domeniul de activitate | 0 |  |
| 4.3. | Politica de resurse umane | | |
|  | a. Sunt prezentate informaţii complete despre politica de resurse umane | 3 |  |
|  | b. Sunt prezentate informaţii parţiale despre politica de reusrse umane | 1 |  |
|  | c. Nu sunt prezentate informaţii relevenate despre politica de resurse umane | 0 |  |
| 5. | Descrierea investitiei (maximum 10 pct.) | | |
| 5.1. | Produsele/serviciile noi | | |
|  | a. Sunt descrise pe larg principalele caracteristici ale produselor/serviciilor | 4 |  |
|  | b. Sunt descrise partial principalele caracteristici ale produselor/serviciilor | 2 |  |
|  | c. Nu sunt descrise în mod relevant principalele caracteristici ale produselor/serviciilor | 0 |  |
| 5.2. | Investitiile sunt corelate cu obiectul de activitate | | |
| a. Sunt descrise şi argumentate principalele elemente de investitie in corelare cu produsele/serviciile oferite | 4 |  |
| b. Sunt descrise şi argumentate partial principalele elemente de investitie in corelare cu produsele/serviciile oferite | 2 |  |
| c. Nu sunt descrise şi argumentate principalele elemente de investitie in corelare cu produsele/serviciile oferite | 0 |  |
| 5.3. | Ponderea mijloacelor fixe din valoarea totala a cheltuielilor eligibile | | |
| Peste 51% | 2 |  |
| Intre 31-50% | 1 |  |
| Intre 20-30% | 0 |  |
| 6. | Analiza pieţei de desfacere şi a concurenţei (maximum 10 pct.) | | |
| 6.1. | Segmentul de piaţă şi principalii competitori | | |
| a. Informaţiile despre piaţă şi competitori sunt complete | 5 |  |
| b. Informaţiile despre piaţă şi competitori sunt sumare | 2 |  |
| c. Informaţiile despre piaţă şi competitori nu sunt prezentate în mod relevant | 0 |  |
| 6.2. | Localizarea pieţei şi clienţi potenţiali | | |
| a. Sunt prezentate informaţii documentate despre principalele categorii de clienţi şi despre localizarea pieţei | 5 |  |
| b. Sunt prezentate informaţii incomplete/incorecte despre principalele categorii de clienţi şi despre localizarea pieţei | 2 |  |
| c. Nu sunt prezentate informaţii despre principalele categorii de clienţi şi despre localizarea pieţei în mod relevant | 0 |  |
| 7. | Strategia de marketing (maximum 10 pct.) | | |
| 7.1. | Politica produsului | | |
| a. Politica de produs este coerent descrisă şi realistă | 2 |  |
| b. Politica de produs este descrisă parţial | 1 |  |
| c. Politica de produs nu este prezentată | 0 |  |
| 7.2. | Politica de preţuri | | |
| a. Politica de preţ este coerent descrisă şi realistă | 2 |  |
| b. Politica de preţ este descrisă parţial | 1 |  |
| c. Politica de preţ nu este prezentată | 0 |  |
| 7.3. | Politica de distribuţie  *j* | | |
| a. Politica de distribuţie este coerent descrisă şi realistă | 2 |  |
| b. Politica de distribuţie este descrisă parţial | 1 |  |
| c. Politica de distribuţie nu este prezentată | 0 |  |
| 7.4. | Modalităţi de vânzare  *j* | | |
| a. Modalităţile de vânzare sunt descrise coerent şi realist | 2 |  |
| b. Modalităţile de vânzare sunt descrise parţial | 1 |  |
| c. Modalităţile de vânzare nu sunt prezentate | 0 |  |
| 7.5. | Activităţi de promovare | | |
| a. Activităţile de promovare sunt descrise coerent şi realist | 2 |  |
| b. Activităţile de promovare sunt descrise parţial | 1 |  |
| c. Activităţile de promovare nu sunt prezentate | 0 |  |
| 8. | Bugetul proiectului (maximum 10 pct.) | | |
| 8.1. | Fundamentarea economico-financiară a costurilor si veniturilor | | |
|  | a. Toate valorile cuprinse în bugetul proiectului sunt susţinute concret de o justificare corectă | 5 |  |
| b. Valorile cuprinse în bugetul proiectului sunt susţinute concret de o justificare corectă doar pentru anumite tipuri de venituri/cheltuieli | 2 |  |
| c. Valorile cuprinse în bugetul proiectului nu sunt susţinute de o justificare corectă | 0 |  |
| 8.2 | Costurile investitiei sunt justificate prin oferte de pret | | |
| a. Sunt prezente 2 oferte de pret pentru fiecare element de investitie (produse, servicii) | 5 |  |
| b. Este prezenta 1 oferta de pret pentru fiecare element de investitie (produse, servicii) | 2 |  |
| c. Costurile investitiei nu sunt justificate prin oferte de pret/ sunt justificate partial prin oferte de pret | 0 |  |
| 9. | Coerenta si corelarea sectiunilor planului de afaceri (maximum 5 pct.) | | |
| 9.1 | a.Informatiile prezentate in sectiunile planului de afaceri sunt coerente si corelate | 5 |  |
| b.Informatiile prezentate in sectiunile planului de afaceri sunt coerente, dar exista anumite lacune sau necorelari | 2 |  |
| c.Informatiile prezentate in sectiunile planului de afaceri se contrazic si/sau nu sunt corelate | 0 |  |
|  | **SCOR TOTAL** | **Maximum 100 puncte** | |