

## Anexa 8\_Grila de evaluare FAZA 2 (evaluare calitativă)

Nume și prenume aplicant:

Titlul planului de afaceri:

Număr de înregistrare plan de afaceri:

criterii	Punctaj maxim acordat	Punctaj obținut	Descriere criteriilor de acordare punctaj
<b>1. DESCRIEREA AFACERII</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	
<b>1.1. Misiunea afacerii sociale</b>	1		<p><b>1,00 p</b> - Misiunea afacerii sociale este clar definită, abordează o problemă socială clară și relevantă, iar componenta socială este integrată în modelul de business al întreprinderii sociale.</p> <p><b>0,50 p</b> – S-a făcut o prezentare sumară și/sau neargumentată a misiunii sociale și/sau componenta socială nu este integrată în modelul de business al întreprinderii sociale.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu a fost prezentată misiunea afacerii sociale.</p>
<b>1.2. Obiectivele economice</b>	1		<p><b>1,00 p</b> – Au fost definite obiective SMART corelate și în strânsă legatură cu planul de afaceri.</p> <p><b>0,50 p</b> – Au fost definite obiective, dar nu sunt SMART și nu sunt în strânsă legatură cu planul de afaceri.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu au fost definite obiective economice.</p>
<b>1.3. Indicatorii economici</b>	1		<p><b>1,00 p</b> – Indicatorii economici propuși sunt fezabili și corelați cu Anexa 4_Bugetul planului de afaceri.</p> <p><b>0,50 p</b> – Indicatorii economici au fost definiți, însă nu sunt corelați cu activitățile din planul de afaceri și cu Anexa 4_Bugetul planului de afaceri.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu au fost definiți indicatorii economici sau nu sunt relevanți pentru afacerea socială propusă.</p>
<b>1.4. Obiectivele sociale</b>	1		<p><b>1,00 p</b> – Au fost definite obiective SMART corelate și în strânsă legatură cu planul de afaceri</p> <p><b>0,50 p</b> – Au fost definite obiective dar nu sunt SMART și nu sunt în strânsă legatură cu planul de afaceri.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu au fost definite obiective sociale</p>
<b>1.5. Indicatorii sociali</b>	2		<p><b>2,00 p</b> – Indicatorii sociali propuși sunt fezabili, corelați cu activitățile din planul de afaceri și pot fi măsurați.</p> <p><b>1,00 p</b> – Indicatorii sociali au fost definiți, însă nu sunt corelați cu activitățile din planul de afaceri sau nu pot fi măsurați.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu au fost definiți indicatorii sociali sau nu sunt relevanți pentru afacerea socială propusă.</p>

1.6. Valoarea cofinanțării (contribuției proprii cash asumate)	5		<p><b>5,00 p</b> – cofinanțare asumată mai mare de 20%</p> <p><b>4,00 p</b> – cofinanțare asumată de 18%</p> <p><b>3,00 p</b> – cofinanțare asumată de 16%</p> <p><b>2,00 p</b> – cofinanțare asumată de 14%</p> <p><b>1,00 p</b> – cofinanțare asumată de 12%</p> <p><b>0,00 p</b> – cofinanțare asumată de 10%</p>
1.7. Modul în care se asigură participarea membrilor și a altor actori interesați, inclusiv persoane din grupuri vulnerabile (dacă este cazul), la deciziile privind activitățile acestora și modul în care acesta reflectă principiile prevăzute la art. 4, lit. c și d, Legea nr. 219/2015 privind economia socială	1		<p><b>1,00 p</b> – Este clar descris modul în care se asigură participarea membrilor și a altor actori interesați, inclusiv persoane din grupuri vulnerabile (dacă este cazul), la deciziile privind activitățile acestora și modul în care acesta reflectă principiile prevăzute la art. 4, lit. c și d, Legea nr. 219/2015 privind economia socială.</p> <p><b>0,50 p</b> – Este prezentat sumar, nu se detaliază modul în care se asigură participarea membrilor și a altor actori interesați, inclusiv persoane din grupuri vulnerabile (dacă este cazul), la deciziile privind activitățile acestora și modul în care acesta reflectă principiile prevăzute la art. 4, lit. c și d, Legea nr. 219/2015 privind economia socială.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu este prezentat modul în care se asigură participarea membrilor și a altor actori interesați, inclusiv persoane din grupuri vulnerabile (dacă este cazul), la deciziile privind activitățile acestora și modul în care acesta reflectă principiile prevăzute la art. 4, lit. c și d, Legea nr. 219/2015 privind economia socială.</p>
1.8. Motivația antreprenorului social de a înființa o întreprindere socială	1		<p><b>1,00 p</b> – Exprimă o motivație puternică, bazată pe valori personale și o dorință autentică de a crea schimbare socială, are o experiență personală sau profesională semnificativă legată de problema socială și este determinat să își dedice resursele și timpul pentru a o rezolva.</p> <p><b>0,50 p</b> – Exprimă o motivație clară, un interes real pentru problema socială, dar fără un angajament clar de a investi resurse personale sau timp considerabil.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu este prezentată motivația persoanei care a propus planul de afaceri de a înființa o întreprindere socială sau motivația prezentată este una vagă, fără o dorință clară de implicare activă sau alocare de resurse personale.</p>
1.9. Experiența antreprenorului social și a echipei cu care va înființa întreprinderea socială în domeniul în care va fi realizată afacerea și/sau alte domenii conexe necesare funcționării (ex. vânzări, contabilitate, marketing ș.a.)	2		<p><b>2,00 p</b> – Antreprenorul și/sau echipa au o experiență semnificativă în domeniul afacerii și/sau în domeniile conexe, cu realizări demonstrabile și competențe relevante (conform CV-urilor atașate), acoperind nevoile întreprinderii sociale.</p> <p><b>1,00 p</b> – Există o anumită experiență în domeniu, dar nu foarte extinsă sau aprofundată (conform CV-urilor atașate), ceea ce ar putea îngreuna dezvoltarea afacerii.</p> <p><b>0,00 p</b> – Experiența în domeniu este minimă sau inexistentă (conform CV-urilor atașate), ceea ce poate afecta viabilitatea afacerii.</p>

<p><b>1.10. Nevoi de business identificate în comunitate la care răspunde afacerea socială</b> (contextul economic, problemele economice existente, date relevante care justifică problemele identificate)</p>	2		<p><b>2,00 p</b> – Contextul economic este detaliat, nevoile de business sunt reale, corect identificate, documentate și corelate cu celelalte secțiuni din planul de afaceri, iar soluția propusă este clar legată de problemele economice identificate.</p> <p><b>1,00 p</b> – Contextul este descris sumar, problemele sunt identificate, însă nu sunt bine justificate și/sau documentate, iar modul în care activitatea întreprinderii se integrează în contextul socio-economic din zona respectivă nu este clar prezentat.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu au fost definite nevoile de business sau contextul economic este vag/ incomplet prezentat, problemele nu sunt clar identificate, lipsesc date relevante.</p>
<p><b>1.11. Nevoi sociale identificate în comunitate la care răspunde afacerea socială</b></p>	2		<p><b>2,00 p</b> – Nevoile sociale din comunitate sunt clar identificate și sunt descrise problemele sociale relevante care afectează populația urbană vizată. Categoriile de persoane afectate sunt bine definite și reiese clar impactul social dorit. Soluțiile propuse sunt realiste și eficiente, având potențialul de a rezolva sau de a îmbunătăți semnificativ situația identificată.</p> <p><b>1,00 p</b> - Nevoile sociale sunt menționate, dar nu sunt complet detaliate sau nu sunt corelate direct cu problemele sociale majore ale comunității. Categoriile de persoane afectate sunt prezentate, dar fără o descriere clară. Impactul social dorit este vag, iar soluțiile propuse par doar parțial capabile să rezolve sau să îmbunătățească situația.</p> <p><b>0,00 p</b> -Nevoile sociale nu au fost identificate / nu sunt clar identificate /sunt irelevante pentru comunitatea vizată. Categoriile de persoane afectate nu sunt definite, iar impactul social dorit nu este clar sau nu este deloc specificat. Nu sunt propuse soluții / soluțiile propuse nu sunt corelate cu nevoile sociale sau nu sunt realizabile pentru a rezolva sau îmbunătăți situația.</p>
<p><b>1.12. Produsele / serviciile oferite</b></p>	2		<p><b>2,00 p</b> - Produsele/serviciile sunt clar descrise și identificate, având o corelație directă cu nevoile clienților și cu politicile de produs/serviciu ale concurenței. Produsele/serviciile sunt bine corelate cu Anexa 4_Buget plan de afaceri/sheet 4. Venituri_cheltuieli detaliat.</p> <p><b>1,00 p</b> – Produsele/serviciile sunt menționate și descrise, dar nu sunt complet detaliate sau nu sunt suficient legate de nevoile pieței și concurență. Corelarea cu bugetul de venituri și cheltuieli este realizată.</p> <p><b>0,00 p</b> - Produsele/serviciile nu sunt clar descrise sau identificate în raport cu nevoile pieței și concurenței. Nu există o justificare clară a modului în care acestea răspund nevoilor clienților. Corelarea cu bugetul de venituri și cheltuieli este absentă sau nesatisfăcătoare.</p>
<p><b>2. ANALIZA PIEȚEI DE DESFACERE ȘI A</b></p>	14	0	

<p><b>2.1. Analiza domeniului de business/ descrierea pieței în care va activa întreprinderea socială</b></p>	<p>2</p>	<p><b>2,00 p</b> - Analiza pieței este clar structurată, detaliată și bine fundamentată, incluzând dimensiunea pieței, analiza concurenței, oportunitățile de parteneriate, potențialul pieței, inclusiv oportunitățile de creștere și expansiune. Informațiile sunt susținute de date statistice relevante/ surse credibile/ documente de suport anexate planului de afaceri.</p> <p><b>1,00 p</b> - Analiza pieței este prezentată, dar conține informații incomplete sau insuficient detaliate cu privire la dimensiunea pieței/ analiza concurenței/ potențiali clienți pentru parteneriate/ potențialul pieței/oportunitățile de creștere și expansiune. Există unele date statistice/ documente de suport anexate planului de afaceri, dar acestea sunt limitate sau neactualizate.</p> <p><b>0,00 p</b> - Analiza pieței este superficială, neclară sau lipsită de structură. Lipsesc informații despre dimensiunea pieței/ analiza concurenței/ potențiali clienți pentru parteneriate/ potențialul pieței/ oportunitățile de creștere. Nu sunt incluse date statistice relevante sau documente suport anexate planului de afaceri.</p>
<p><b>2.2. Analiza segmentului de clienți business</b></p>	<p>2</p>	<p><b>2,00 p</b> - Segmentul de clienți este clar definit și bine structurat, cu o analiză detaliată a categoriilor de clienți. Se identifică precis cine va achiziționa produsele/serviciile/lucrările și sunt prezentate criteriile relevante precum nevoile, comportamentul de achiziție și puterea de cumpărare. Analiza este susținută de date relevante și surse credibile.</p> <p><b>1,00 p</b> - Segmentarea clienților este prezentă, dar conține informații generale sau insuficient detaliate. Sunt menționate categoriile de clienți, dar fără o descriere aprofundată a nevoilor și comportamentului de achiziție. Lipsesc în mare parte date concrete sau surse relevante care să susțină analiza.</p> <p><b>0,00 p</b> - Identificarea segmentului de clienți este superficială sau neclară. Lipsesc detalii despre cine va achiziționa produsele/serviciile/lucrările întreprinderii sociale. Nu sunt evidențiate categoriile de clienți și nu există o analiză a nevoilor, comportamentului de achiziție sau a potențialului de cumpărare. Nu sunt incluse date sau surse relevante.</p>
<p><b>2.2. Analiza segmentului de beneficiari sociali</b></p>	<p>2</p>	<p><b>2,00 p</b> - Segmentul de beneficiari sociali este clar definit, incluzând o descriere detaliată a categoriilor de grup țintă care vor fi sprijinite. Se specifică tipul de sprijin oferit și se evidențiază clar impactul social generat. Analiza este bine argumentată și susținută de date relevante și surse credibile.</p> <p><b>1,00 p</b> - Beneficiarii sociali sunt identificați, dar analiza este parțial detaliată. Sunt menționate categoriile de grup țintă și tipul de sprijin oferit, dar fără o descriere aprofundată a impactului social. Există unele informații despre beneficiari și activitățile sociale, dar acestea nu sunt suficient de argumentate sau documentate.</p> <p><b>0,00 p</b> - Identificarea beneficiarilor sociali este superficială sau neclară. Lipsesc detalii despre categoriile de grup țintă, tipul de sprijin oferit și impactul social al activității întreprinderii. Nu sunt incluse date concrete sau surse relevante care să susțină analiza.</p>

<p><b>2.3. Analiza cererii</b></p>	<p>2</p>		<p><b>2,00 p</b> - Analiza cererii este clar formulată și bine argumentată, demonstrând un interes real pentru produsele/serviciile oferite. Sunt prezentate dovezi solide (studii de piață, sondaje, tendințe economice, cereri existente etc.) care susțin existența și potențialul de creștere a pieței. Se evidențiază factori precum evoluția cererii, preferințele consumatorilor și oportunitățile de extindere. Informațiile sunt susținute de surse credibile și date relevante.</p> <p><b>1,00 p</b> - Analiza cererii este prezentă, dar conține informații generale sau parțial argumentate. Se menționează existența unui interes pentru produsele/serviciile oferite, însă dovezile sunt limitate sau insuficient explicate. Potențialul de creștere al pieței este abordat sumar, fără o fundamentare clară. Sursele de date sunt puține sau neconcludente.</p> <p><b>0,00 p</b> - Analiza cererii este superficială sau neclară. Nu sunt prezentate argumente convingătoare privind interesul pentru produse/servicii și potențialul pieței. Lipsesc dovezi concrete, date statistice sau surse credibile care să susțină afirmațiile. Evaluarea pieței este vagă sau inexistentă.</p>
<p><b>2.4. Analiza concurenței</b></p>	<p>2</p>		<p><b>2,00 p</b> - Analiza concurenței este detaliată și bine argumentată. Sunt identificați clar principalii actori de pe piață, produsele/serviciile pe care le oferă și poziția acestora în raport cu întreprinderea socială. Se prezintă o comparație obiectivă a punctelor tari și slabe ale concurenței, evidențiind avantajele competitive ale întreprinderii sociale. Analiza este susținută de date relevante și surse credibile.</p> <p><b>1,00 p</b> - Analiza concurenței este prezentă, dar conține informații incomplete sau generale. Sunt menționați principalii concurenți, dar fără o evaluare detaliată a ofertei acestora. Comparația punctelor tari și slabe este sumară și nu evidențiază clar avantajele întreprinderii sociale. Sursele de date sunt limitate sau insuficient explicate.</p> <p><b>0,00 p</b> - Analiza concurenței este superficială sau neclară. Nu sunt identificați clar actorii principali de pe piață, iar oferta concurenței nu este analizată. Lipsesc comparațiile relevante privind punctele tari și slabe, iar avantajele întreprinderii sociale nu sunt evidențiate. Nu sunt incluse date concrete sau surse credibile.</p>
<p><b>2.5. Diferențierea față de alte firme</b></p>	<p>2</p>		<p><b>2,00 p</b> - Diferențierea față de o afacere clasică similară este clar explicată și bine argumentată. Sunt evidențiate elementele specifice ale afacerii sociale, inclusiv beneficiile pentru om, mediu și comunitate. Impactul social generat este relevant, măsurabil și susținut de exemple concrete. Se prezintă avantaje competitive clare și unice, care justifică valoarea adăugată a afacerii sociale.</p> <p><b>1,00 p</b> - Diferențierea față de o afacere clasică este menționată, dar fără detalii clare sau suficiente. Sunt subliniate unele aspecte legate de beneficiile sociale și de mediu, dar fără o explicație aprofundată. Impactul social este menționat, însă nu este clar cum va fi măsurat sau cât de relevant este. Avantajele competitive sunt prezente, dar nu sunt susținute de argumente solide.</p> <p><b>0,00 p</b> - Diferențierea față de o afacere clasică nu este clară sau lipsește. Nu sunt evidențiate beneficiile pentru om, mediu și comunitate. Impactul social nu este definit sau este vag menționat. Avantajele competitive ale afacerii sociale nu sunt prezentate sau nu sunt convingătoare. Lipsesc exemple concrete și argumente clare.</p>

2.6. Tendințe de piață	2		<p><b>2,00 p</b> - Analiza tendințelor de piață este detaliată și bine fundamentată. Sunt identificate clar schimbările în comportamentul consumatorilor și modul în care acestea influențează cererea pentru produsele/serviciile afacerii sociale. Se evidențiază oportunități de dezvoltare și adaptare la noile tendințe, susținute de date relevante, surse credibile și exemple concrete.</p> <p><b>1,00 p</b> - Tendințele de piață sunt menționate, dar analiza este parțial detaliată. Schimbările în comportamentul consumatorilor sunt prezentate, dar fără o explicație clară a impactului asupra afacerii. Oportunitățile sunt identificate sumar, fără o fundamentare solidă sau fără exemple concrete. Sursele de date sunt limitate sau insuficient argumentate.</p> <p><b>0,00 p</b> - Analiza tendințelor de piață este superficială sau neclară. Nu sunt prezentate schimbări relevante în comportamentul consumatorilor și impactul acestora asupra afacerii. Oportunitățile de dezvoltare sunt slab conturate sau lipsesc. Nu sunt incluse date relevante, surse credibile sau exemple concrete.</p>
<b>3. ANALIZA SWOT A AFACERII SOCIALE</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	
3.1. Analiza SWOT a afacerii sociale	2		<p><b>2,00 p</b> - Analiza SWOT este completă, bine structurată și corect încadrată. Punctele tari și slabe sunt identificate clar și sunt relevante pentru afacerea socială. Oportunitățile și amenințările sunt realiste și bine argumentate, evidențiind factori interni și externi care pot influența afacerea. Toate elementele SWOT sunt prezentate într-un mod coerent și susținut de informații relevante.</p> <p><b>1,00 p</b> - Analiza SWOT este prezentă, dar conține informații generale sau insuficient detaliate. Punctele tari și slabe sunt menționate, dar fără o justificare clară. Oportunitățile și amenințările sunt identificate, însă fără o argumentare solidă. Unele elemente pot fi incomplete sau mai puțin relevante pentru afacerea socială.</p> <p><b>0,00 p</b> - Analiza SWOT este superficială, neclară sau incompletă. Punctele tari și slabe nu sunt corect identificate sau sunt irelevante pentru afacere. Oportunitățile și amenințările sunt vagi sau inexistente. Nu există o structură clară, iar analiza nu oferă o perspectivă reală asupra afacerii sociale.</p>
<b>4. STRATEGIA DE MARKETING</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	
4.1. Brand-ul sub care vor fi promovate produsele/ serviciile business ale afacerii sociale	1		<p><b>1,00 p</b> - Brand-ul este clar menționat, relevant pentru produsele/serviciile oferite, bine argumentat în raport cu piața țintă și misiunea asumată, iar justificarea alegerii este logică și convingătoare.</p> <p><b>0,50 p</b> - Brand-ul este menționat și are o justificare parțial argumentată, dar legătura cu piața țintă și misiunea asumată nu este foarte clară sau detaliată.</p> <p><b>0,00 p</b> - Brand-ul nu este menționat sau este vag menționat, fără a fi oferită o justificare pentru alegerea făcută.</p>

<p><b>4.2. Strategia de preț în raport cu concurența</b></p>	<p>2</p>		<p><b>2,00 p</b> - Prețurile sunt realiste și bine fundamentate, fiind raportate la prețurile concurenților, condițiile actuale ale pieței, posibilele fluctuații viitoare și costurile de producție. Există o corelare clară a prețurilor cu Anexa 4_Buget plan de afaceri / Sheet 4. Venituri_cheltuieli detaliat.</p> <p><b>1,00 p</b> - Prețurile sunt stabilite, dar analiza concurenței este incompletă sau superficială. Justificarea prețurilor lipsește sau nu se bazează pe cel puțin una dintre următoarele: concurența, piața actuală sau evoluțiile viitoare, costurile de producție. Prețurile nu sunt corelate clar cu Anexa 4_Buget plan de afaceri / Sheet 4. Venituri_cheltuieli detaliat.</p> <p><b>0,00 p</b> - Nu sunt prezentate prețurile sau acestea nu sunt realiste. Nu există o justificare clară a prețurilor în raport cu concurența, piața actuală, evoluțiile viitoare ale pieței sau costurile de producție. Prețurile nu sunt corelate cu Anexa 4_Buget plan de afaceri / Sheet 4. Venituri_cheltuieli detaliat.</p>
<p><b>4.3. Strategia de distribuție</b></p>	<p>2</p>		<p><b>2,00 p</b> – Canalele de vânzare și distribuție sunt clar identificate și detaliate. Sunt fundamentate pe o analiză solidă a pieței și concurenței. Se prezintă modalitățile prin care produsele/serviciile ajung la clienți și sunt explicate motivele pentru care aceste canale sunt preferate de clienți. Canalele alese sunt sustenabile și sunt corelate eficient cu resursele necesare, conform bugetului planului de afaceri.</p> <p><b>1,00 p</b> – Canalele de vânzare și distribuție sunt menționate, dar nu sunt detaliate suficient sau nu sunt complet fundamentate. Se discută în general despre modul în care produsele/serviciile ajung la clienți, dar analiza concurenței și a preferințelor clienților nu este aprofundată. Canalele alese sunt sustenabile, dar corelarea lor cu resursele bugetate nu este clar demonstrată.</p> <p><b>0,00 p</b> – Canalele de vânzare și distribuție nu sunt clar identificate sau sunt superficiale. Nu există o justificare clară a alegerii acestora, iar analiza concurenței și a preferințelor clienților este absentă sau incompletă. Canalele nu sunt sustenabile sau nu sunt corelate cu resursele necesare, iar legătura cu bugetul este insuficient argumentată.</p>

4.4. Strategia de promovare	3		<p><b>3,00 p</b> - Canalele de promovare sunt clar identificate și bine fundamentate, având în vedere competitivitatea pieței, nevoile clienților și politicile concurenței. Instrumentele de marketing și promovare sunt realist planificate, corelate cu industria și tipologia clienților și sunt actuale. Obiectivele sunt clar definite și rezultatele estimate sunt realiste, fiind în acord cu veniturile preconizate. Bugetul pentru promovare este detaliat, iar resursele necesare sunt corelate corect cu Anexa 4_Bugetul planului de afaceri, sheet 1 și eventuale note de determinare a valorii estimate pentru servicii de marketing și promovare atașate planului de afaceri.</p> <p><b>2,00 p</b> - Canalele de promovare sunt identificate, dar analiza acestora este mai puțin detaliată sau nu acoperă complet toți factorii relevanți (piața, concurența, nevoile clienților). Instrumentele de marketing sunt planificate, dar parțial realist sau nu sunt complet corelate cu industria sau tipologia de clienți. Obiectivele de promovare sunt prezentate, dar rezultatele estimate pot fi mai ambițioase decât veniturile estimate. Bugetul este prezentat, dar nu sunt corelate complet cu resursele necesare implementării strategiei.</p> <p><b>1,00 p</b> - Canalele de promovare sunt menționate, dar nu sunt detaliate suficient sau sunt incomplete. Instrumentele de marketing și promovare sunt vagi, iar planificarea și bugetarea acestora nu sunt clare sau realiste. Obiectivele sunt prezentate, dar nu sunt susținute de date sau nu sunt suficient de specifice pentru a fi realiste în raport cu veniturile estimate. Resursele necesare sunt doar parțial corelate cu bugetul planului de afaceri.</p> <p><b>0,00 p</b> - Canalele de promovare nu sunt clar identificate sau sunt irelevante pentru piață. Instrumentele de marketing și promovare nu sunt prezentate sau sunt complet nesustenabile pentru industria sau</p>
<b>5. PLANUL OPERAȚIONAL</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	
5.1. Fluxul de producție / procesul de furnizare servicii	2		<p><b>2,00 p</b> – Fluxul de producție sau procesul de furnizare a serviciilor este clar descris, incluzând toți pașii operaționali, de la aprovizionare până la livrarea finală a produsului sau serviciului, într-un mod detaliat și coerent.</p> <p><b>1,00 p</b> – Fluxul de producție sau procesul de furnizare a serviciilor este descris parțial, dar detaliile privind pașii operaționali nu sunt complet clare sau există omisiuni în descrierea procesului.</p> <p><b>0,00 p</b> – Fluxul de producție sau procesul de furnizare a serviciilor este vag descris sau lipsesc informații esențiale cu privire la pașii operaționali, de la aprovizionare până la livrare.</p>
5.2. Locația afacerii sociale	2		<p><b>2,00 p</b> – Aplicantul cunoaște foarte bine cerințele specifice privind spațiul necesar pentru industria și piața în care va activa, are o planificare clară a compartimentării conform nevoilor afacerii și știe exact dotările minime obligatorii pentru funcționare.</p> <p><b>1,00 p</b> – Aplicantul are o înțelegere generală, dar incompletă, a cerințelor specifice privind spațiul necesar pentru industria și piața în care va activa, are o idee despre compartimentare, dar nu bine conturată și identifică unele dotări necesare.</p> <p><b>0,00 p</b> – Aplicantul nu cunoaște cerințele specifice privind spațiul necesar pentru industria și piața în care va activa, nu are o viziune clară asupra modului de organizare și utilizare a acestuia și nu este conștient de dotările minime obligatorii pentru funcționare.</p>

<p><b>5.3. Echipamente/ utilaje/ dotări care vor fi achiziționate pentru derularea afacerii sociale</b></p>	<p>3</p>		<p><b>3,00 p</b> –Echipamentele/ utilajele/ dotările/ serviciile necesare sunt clar identificate, iar caracteristicile și funcționalitățile acestora corespund cerințelor de eficiență, dezvoltare și competitivitate ale afacerii. Scopul utilizării este bine justificat. Achizițiile sunt corelate cu bugetul planului de afaceri (Anexa 4_Bugetul Planului de Afaceri, sheet 1), iar costurile sunt realist dimensionate, incluse în planul general al afacerii și susțin atât producția/prestarea de servicii, cât și activitățile conexe (promovare, management etc.). Toate costurile sunt justificate prin oferte de preț sau studii de piață (note privind determinarea valorii estimate anexate planului de afaceri).</p> <p><b>2,00 p</b> – Echipamentele/ utilajele/ dotările/ serviciile necesare sunt clar identificate, iar costurile sunt justificate prin oferte de preț/ studii de piață (note privind determinarea valorii estimate anexate planului de afaceri). Lipsește însă sau este vag prezentat unul dintre următoarele aspecte: caracteristicile și funcționalitățile echipamentelor în raport cu nevoile afacerii; scopul utilizării; corelarea cu bugetul planului de afaceri (Anexa 4_Bugetul Planului de Afaceri, sheet 1); dimensionarea costurilor și corelarea acestora cu nevoile operaționale și activitățile conexe.</p> <p><b>1,00 p</b> – Echipamentele/ utilajele/ dotările/ serviciile necesare sunt identificate, însă două sau trei dintre următoarele aspecte sunt insuficient prezentate sau lipsesc: caracteristicile și funcționalitățile echipamentelor în raport cu nevoile afacerii; scopul utilizării; corelarea cu bugetul planului de afaceri (Anexa 4_Bugetul Planului de Afaceri, sheet 1); dimensionarea costurilor și corelarea acestora cu nevoile operaționale și activitățile conexe; justificarea costurilor prin oferte de preț sau studii de piață (note privind determinarea valorii estimate anexate planului de afaceri).</p> <p><b>0,00 p</b> - Echipamentele/ utilajele/ dotările/ serviciile necesare nu sunt clar identificate sau nu sunt adecvate pentru desfășurarea activității. Majoritatea aspectelor esențiale (caracteristici, scop, costuri, corelare cu bugetul și justificare prin studii de piață) sunt insuficient prezentate sau lipsesc.</p>
<p><b>5.4. Echipamente/ utilaje/ dotări puse la dispoziție prin contribuție proprie pentru funcționarea afacerii sociale</b></p>	<p>1</p>		<p><b>1,00 p</b> – Aplicantul pune la dispoziție echipamente/utilaje/ dotări (bunuri deținute) necesare funcționării afacerii, acestea sunt clar justificate ca fiind esențiale, iar documentele de suport (ex: contracte de închiriere/comodat) sunt atașate și validează alocarea acestora.</p> <p><b>0,50 p</b> – Aplicantul pune la dispoziție echipamente, utilaje și dotări necesare, dar justificarea acestora este parțială, iar documentele de suport sunt incomplete sau nu susțin în mod clar alocarea acestora.</p> <p><b>0,00 p</b> – Aplicantul nu pune la dispoziție echipamente/utilaje/ dotări sau bunurile deținute puse la dispoziție nu sunt clar esențiale pentru afacere, iar documentele de suport sunt absente sau nu susțin în mod adecvat alocarea acestora.</p>
<p><b>5.5. Furnizori pentru materii prime/ consumabile utilizate în procesul de prestare servicii/ prestare servicii</b></p>	<p>1</p>		<p><b>1,00 p</b> – Furnizorii principali sunt clar identificați și descriși, aceștia acoperă în totalitate nevoile de dezvoltare și funcționare ale afacerii, sunt localizați în proximitatea afacerii (sau sunt oferite justificări privind neîndeplinirea acestui criteriu).</p> <p><b>0,50 p</b> – Furnizorii sunt identificați și descriși parțial, acoperă majoritatea nevoilor afacerii, dar nu sunt toți în proximitatea afacerii (sau nu sunt oferite justificări privind neîndeplinirea acestui criteriu).</p> <p><b>0,00 p</b> – Furnizorii nu sunt identificați și descriși sau sunt vag identificați și descriși, nu acoperă complet nevoile de dezvoltare și funcționare ale afacerii.</p>

<b>5.6. Parteneriate</b>	2	<p><b>2,00 p</b> – Aplicantul descrie clar și detaliat posibili parteneri/ clienți care pot susține dezvoltarea inițială a afacerii, iar dovezile și informațiile furnizate sunt concludente și relevante.</p> <p><b>1,00 p</b> – Aplicantul menționează posibili parteneri/ clienți, dar descrierea acestora este vagă sau parțial detaliată, iar dovezile aduse pentru susținerea acestora sunt limitate sau nu sunt complet concludente.</p> <p><b>0,00 p</b> – Aplicantul nu menționează posibili parteneri/ clienți sau îi menționează, însă dovezile și informațiile furnizate sunt insuficiente sau absente pentru a susține dezvoltarea inițială a afacerii.</p>
<b>5.7. Autorizații</b>	1	<p><b>1,00 p</b> - Aplicantul a identificat corect toate autorizațiile și certificările necesare pentru funcționare, demonstrează o bună cunoaștere a legislației din domeniu, incluzând condițiile și termenele pentru obținerea acestora.</p> <p><b>0,50 p</b> - Aplicantul a identificat majoritatea autorizațiilor și certificărilor necesare, însă cunoașterea legislației este parțială, fiind omise unele detalii referitoare la condițiile și termenele de autorizare.</p> <p><b>0,00 p</b> - Aplicantul nu a identificat sau a identificat doar parțial autorizațiile și certificările necesare și demonstrează o cunoaștere limitată sau incompletă a legislației și termenelor pentru autorizare.</p>
<b>5.7. Resursele umane implicate</b>	3	<p><b>3,00 p</b> – Echipa este bine definită, iar structura acesteia este complet aliniată cu nevoile de dezvoltare și implementare ale afacerii sociale. Norma de muncă și responsabilitățile fiecărui post sunt clar stabilite și fezabile. Resursele umane sunt corelate eficient cu bugetul planului de afaceri, iar echipa propusă asigură implementarea cu succes a planului. Există o distribuire clară a resurselor umane, iar planul reflectă o alocare optimă a acestora.</p> <p><b>2,00 p</b> – Echipa este bine prezentată și în general în acord cu nevoile de dezvoltare ale afacerii. Norma de muncă și responsabilitățile posturilor sunt fezabile, dar pot fi mai detaliate. Corelarea resurselor umane cu bugetul este clară, dar nu sunt oferite suficiente detalii privind distribuirea acestora în cadrul echipei.</p> <p><b>1,00 p</b> - Echipa este menționată, dar nu sunt clar prezentate responsabilitățile sau structura acesteia în raport cu nevoile afacerii. Norma de muncă și responsabilitățile fiecărui post sunt doar parțial fezabile sau sunt neclare. Corelarea cu bugetul planului de afaceri nu este complet argumentată.</p> <p><b>0,00 p</b> - Echipa nu este clar definită sau nu este adecvată pentru implementarea afacerii. Norma de muncă și responsabilitățile sunt vagi sau nu sunt fezabile. Resursele umane nu sunt corelate cu bugetul planului de afaceri sau nu există o justificare clară a acestora.</p>

<p><b>5.8 Integrarea socio-profesională a angajaților persoane din grupuri vulnerabile</b></p>	<p>2</p>		<p><b>2,00 p</b> - Sunt prezentate aspecte clare și realiste privind integrarea socio-profesională a persoanelor din grupuri vulnerabile. Tipul de vulnerabilitate este bine definit, iar modul de recrutare este clar explicat. Sunt incluse servicii suplimentare de suport și inserție socio-profesională, care sunt bine fundamentate și adaptate nevoilor angajaților. Planul reflectă un angajament solid față de integrarea acestora în muncă și în comunitate.</p> <p><b>1,00 p</b> - Aspectele legate de integrarea socio-profesională sunt menționate, dar nu sunt detaliate sau sunt parțial clare. Tipul de vulnerabilitate este descris, dar modul de recrutare sau serviciile de suport nu sunt complet clarificate sau nu sunt foarte bine fundamentate. Planul sugerează sprijin pentru integrarea acestor persoane, dar nu detaliază suficient măsurile de suport și inserție socio-profesională.</p> <p><b>0,00 p</b> - Aspectele referitoare la integrarea socio-profesională sunt vagi sau absente. Nu sunt clar menționate tipurile de vulnerabilitate și/sau modul de recrutare și serviciile de suport sunt insuficient descrise sau inexistente. Nu există o justificare clară a modului în care angajarea persoanelor din grupuri vulnerabile va fi sprijinită.</p>
<p><b>5.9. Activități derulate și rezultate așteptate</b></p>	<p>3</p>		<p><b>3,00 p</b> - Activitățile sunt logic structurate, planificate cronologic, cu o durată realistă de implementare, corelate cu obiectivele și indicatorii economici și sociali stabiliți; rezultatele așteptate sunt clar descrise, realiste și pot fi monitorizate eficient.</p> <p><b>2,00 p</b> - Activitățile sunt logice și planificate cronologic, dar nu sunt toate încadrate realist ca durată de implementare sau există unele omisiuni în corelarea lor cu obiectivele sau indicatorii stabiliți; unele rezultate așteptate sunt parțial descrise sau mai puțin clare în ceea ce privește posibilitatea monitorizării acestora.</p> <p><b>1,00 p</b> - Activitățile sunt logice și planificate cronologic, însă pentru majoritatea activităților nu sunt îndeplinite unul sau mai multe dintre următoarele criterii: încadrarea realistă ca durată de implementare, corelarea cu obiectivele și indicatorii economici și sociali stabiliți, descrierea clară a rezultatelor așteptate, cu posibilitatea monitorizării acestora.</p> <p><b>0,00 p</b> - Activitățile nu sunt planificate sau sunt planificate, însă nu în mod clar și logic, duratele de implementare sunt nerealiste, rezultatele așteptate sunt vagi și nu pot fi monitorizate.</p>
<p><b>6. MANAGEMENTUL RISCURILOR</b></p>	<p><b>2</b></p>	<p><b>0</b></p>	

6.1. Analiza de risc și măsurile care vor fi luate	2		<p><b>2,00 p</b> - Analiza de risc este realistă, specifică industriei vizate, corelată cu celelalte secțiuni ale planului de afaceri, iar măsurile propuse pentru prevenirea și corectarea riscurilor sunt fezabile și bine argumentate.</p> <p><b>1,00 p</b> - Analiza de risc este în mare parte realistă și relevantă pentru industrie, dar există unele neconcordanțe cu celelalte secțiuni ale planului de afaceri sau măsurile propuse nu sunt suficient de detaliate ori fezabile.</p> <p><b>0,50 p</b> - Analiza de risc este vagă, doar parțial corelată cu industria și planul de afaceri, iar măsurile de prevenire și corectare sunt fie insuficiente, fie nerealiste.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu este realizată analiza de risc sau sunt prezentate vag riscurile, fără a fi identificate și măsuri de combatere a acestora.</p>
<b>7. PRIORITĂȚI ORIZONTALE ȘI TEME</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	
7.1. Egalitatea de șanse și de tratament între femei și bărbați și integrarea perspectivei de gen	1		<p><b>1,00 p</b> – Planul de afaceri include măsuri concrete și detaliate privind asigurarea egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați. Există o integrare explicită a perspectivei de gen în toate aspectele afacerii sociale, inclusiv recrutare, promovare, salarizare, formare profesională și politici interne. Sunt prezentate politici și măsuri de prevenire a discriminării de gen, iar planul reflectă un angajament solid față de egalitatea de șanse.</p> <p><b>0,50 p</b> – Măsurile privind egalitatea de șanse între femei și bărbați sunt menționate, dar nu sunt complet detaliate. Perspectiva de gen este inclusă într-o măsură limitată, cu referiri generale la politici de non-discriminare, fără a fi clare măsurile concrete implementate în diverse domenii ale afacerii. Planul sugerează angajamentul față de egalitate, dar nu oferă suficiente detalii privind implementarea efectivă.</p> <p><b>0,00 p</b> – Măsurile referitoare la egalitatea de șanse între femei și bărbați sunt vagi sau absente. Nu există o integrare clară a perspectivei de gen în planul de afaceri, iar măsurile de prevenire a discriminării de gen nu sunt prezentate. Nu sunt incluse politici sau măsuri specifice pentru asigurarea egalității de șanse și tratament în afacere.</p>
7.2. Nediscriminarea și prevenirea oricărei forme de discriminare	1		<p><b>1,00 p</b> – Planul de afaceri include politici clare și detaliate pentru prevenirea și combaterea oricărei forme de discriminare. Politicile de nediscriminare sunt bine fundamentate și susținute de proceduri interne și măsuri de monitorizare. Sunt prezentate măsuri efective care pot fi luate pentru a preveni discriminarea la toate nivelele: management, resurse umane, achiziții, beneficiari sociali, promovare ș.a..</p> <p><b>0,50 p</b> – Măsurile privind nediscriminarea sunt menționate, dar nu sunt suficient de detaliate sau nu acoperă toate domeniile activității. Existența unui cadru de prevenire a discriminării este recunoscută, dar implementarea nu este complet clară. Politicile de nediscriminare sunt prezentate superficial sau nu sunt suficient de bine fundamentate.</p> <p><b>0,00 p</b> – Politicile de nediscriminare sunt vagi sau inexistente. Nu sunt prezentate măsuri specifice de prevenire a discriminării sau de promovare a diversității. Planul nu reflectă un angajament clar față de respectarea principiilor de nediscriminare și incluziune.</p>

<b>7.3. Accesibilitatea pentru persoanele cu dizabilități</b>	1		<p><b>1,00 p</b> – Planul de afaceri include măsuri concrete și detaliate pentru asigurarea accesibilității persoanelor cu dizabilități în toate aspectele activității întreprinderii sociale. Sunt prevăzute adaptări fizice (ex: rampe, toalete accesibile), digitale (ex: website accesibil, materiale în format adaptat) și organizaționale (ex: politici interne, suport pentru angajați cu dizabilități). Există o strategie clară și realistă de implementare a acestor măsuri.</p> <p><b>0,50 p</b> – Sunt menționate măsuri privind accesibilitatea, dar nu sunt detaliate suficient sau nu acoperă toate aspectele activității. Se face referire la adaptări fizice, digitale sau organizaționale, dar fără un plan clar de implementare. Angajamentul față de accesibilitate este prezent, dar măsurile nu sunt pe deplin fundamentate sau corelate cu resursele necesare.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu sunt prezentate măsuri concrete privind accesibilitatea persoanelor cu dizabilități sau acestea sunt menționate doar superficial. Planul de afaceri nu demonstrează un angajament clar pentru asigurarea accesului egal și a incluziunii persoanelor cu dizabilități în activitatea întreprinderii sociale.</p>
<b>7.4. Aplicarea principiului DNSH - contribuția la competențele și locurile de muncă verzi și la economia verde</b>	1		<p><b>1,00 p</b> – Planul de afaceri demonstrează clar aplicarea principiului DNSH, prin măsuri concrete care contribuie la protejarea mediului și la evitarea impactului negativ asupra acestuia. Sunt incluse strategii bine definite pentru dezvoltarea competențelor verzi ale angajaților și pentru crearea de locuri de muncă verzi. Întreprinderea socială promovează activ economia verde prin utilizarea de practici sustenabile, eficiență energetică, reducerea poluării și gestionarea responsabilă a resurselor.</p> <p><b>0,50 p</b> – Planul menționează aplicarea principiului DNSH, dar fără a detalia suficient măsurile concrete. Există inițiative generale pentru dezvoltarea competențelor și locurilor de muncă verzi, dar acestea nu sunt clar structurate sau corelate cu strategia generală a afacerii. Sunt prezentate unele acțiuni de sustenabilitate, dar fără un plan clar de implementare sau monitorizare. Planul menționează aplicarea principiului DNSH, dar fără a detalia suficient măsurile concrete. Există inițiative generale pentru dezvoltarea competențelor și locurilor de muncă verzi, dar acestea nu sunt clar structurate sau corelate cu strategia generală a afacerii. Sunt prezentate unele acțiuni de sustenabilitate, dar fără un plan clar de implementare sau monitorizare.</p> <p><b>0,00 p</b> – Nu sunt prezentate măsuri clare pentru aplicarea principiului DNSH. Contribuția la economia verde și la dezvoltarea competențelor verzi este vagă sau inexistentă. Planul nu oferă soluții concrete pentru reducerea impactului negativ asupra mediului sau pentru promovarea unor practici sustenabile.</p>
<b>8. PROIECȚII FINANCIARE PRIVIND AFACEREA</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	

<p><b>8.1. Completitudinea și susținabilitatea bugetului</b></p>	<p>3</p>	<p><b>3,00 p</b> – Bugetul este complet și detaliat, incluzând toate cheltuielile necesare derulării afacerii sociale, fără omisiuni critice. Resursele necesare neacoperite din subvenție sunt clar justificate și acoperite prin cofinanțarea cash sau active puse la dispoziție de aplicant și membrii fondatori. Planul financiar demonstrează susținabilitate pe termen lung, iar resursele sunt bine gestionate.</p> <p><b>2,00 p</b> – Bugetul este bine structurat și acoperă majoritatea cheltuielilor necesare, dar există mici omisiuni sau justificări insuficiente. Cofinanțarea este menționată și parțial explicată, dar pot exista riscuri moderate privind completarea resurselor lipsă. Susținabilitatea financiară este fezabilă, dar ar putea necesita ajustări pe parcurs.</p> <p><b>1,00 p</b> – Bugetul include cheltuielile esențiale, dar există omisiuni sau inconsecvențe semnificative. Cofinanțarea este slab fundamentată sau insuficientă pentru acoperirea resurselor necesare. Există riscuri evidente privind derularea afacerii din cauza resurselor financiare insuficiente sau a unei planificări incomplete.</p> <p><b>0,00 p</b> - Bugetul este incomplet, cu multiple omisiuni critice în ceea ce privește cheltuielile necesare. Nu există o justificare clară pentru acoperirea diferenței de finanțare, iar cofinanțarea nu este realistă. Planul financiar prezintă riscuri majore, ceea ce face dificilă implementarea și susținabilitatea afacerii sociale.</p>
<p><b>8.2. Corectitudinea, detalierea și justificarea încadrării cheltuielilor</b></p>	<p>3</p>	<p><b>3,00 p</b> - Toate cheltuielile sunt corect încadrate pe categorii eligibile, respectând cerințele de finanțare. Costurile sunt detaliate corespunzător (împărțite pe costuri unitare) și sunt necesare pentru implementarea planului de afaceri. Justificarea acestora este clară și argumentată, iar toate sumele sunt realiste și corelate cu activitățile propuse.</p> <p><b>2,00 p</b> – Majoritatea cheltuielilor sunt încadrate corect pe categorii eligibile și sunt detaliate pe costuri unitare. Justificările sunt în mare parte clare, însă unele aspecte ar putea fi mai bine argumentate. Costurile sunt realiste, dar există câteva elemente care necesită clarificări suplimentare.</p> <p><b>1,00 p</b> – O parte semnificativă a cheltuielilor este încadrată corect, dar există omisiuni sau justificări insuficiente. Detalierea costurilor unitare este incompletă, iar unele cheltuieli nu sunt clar corelate cu activitățile propuse. Necesită îmbunătățiri pentru a asigura transparența și fezabilitatea financiară.</p> <p><b>0,00 p</b> – Cheltuielile sunt încadrate incorect pe categorii eligibile sau justificările sunt vagi/incomplete. Costurile unitare nu sunt clar detaliate, iar unele cheltuieli par nerealiste sau nejustificate în raport cu activitățile propuse. Existența unor inconsecvențe afectează credibilitatea și fezabilitatea planului financiar.</p>

<p><b>8.3. Realismul și corelarea cheltuielilor operaționale</b></p>	<p>3</p>	<p><b>3,00 p</b> - Cheltuielile operaționale sunt detaliate, bine fundamentate și corelate direct cu activitățile întreprinderii sociale. Costurile de producție/prestare a serviciilor sunt realiste, corespunzătoare prețurilor stabilite și justificarea acestora este clară. Sunt incluse cheltuieli specifice impactului social (ex: integrarea grupurilor vulnerabile, măsuri de sustenabilitate), iar acestea sunt detaliate și relevante pentru afacerea socială propusă.</p> <p><b>2,00 p</b> - Cheltuielile operaționale sunt detaliate și corect fundamentate, dar justificările pentru anumite costuri ar putea fi mai clare. Costurile de producție/prestare a serviciilor sunt realiste și corelate cu prețurile stabilite, însă unele aspecte necesită clarificări suplimentare. Cheltuielile specifice impactului social sunt prezente, dar nu sunt pe deplin detaliate sau justificate.</p> <p><b>1,00 p</b> - Cheltuielile operaționale sunt descrise, dar detaliile sau justificările pentru anumite costuri lipsesc sau sunt insuficiente. Corelarea dintre costurile de producție/prestare a serviciilor și prețurile stabilite nu este complet clară, iar unele cheltuieli specifice impactului social sunt nejustificate sau par neclare.</p> <p><b>0,00 p</b> - Cheltuielile operaționale sunt vagi, insuficient detaliate sau nu sunt corelate cu activitățile întreprinderii sociale. Costurile de producție/prestare a serviciilor nu sunt realiste sau nu sunt corelate cu prețurile stabilite. Cheltuielile specifice impactului social fie lipsesc, fie nu sunt deloc justificate, ceea ce afectează credibilitatea planului financiar.</p>
<p><b>8.4. Realismul și corelarea veniturilor operaționale</b></p>	<p>3</p>	<p><b>3,00 p</b> - Previziunile de venituri operaționale sunt extrem de realiste și bine fundamentate, corelate clar cu specificul afacerii și cu activitățile prevăzute. Sursele de venit sunt clar definite, diversificate și sustenabile pe termen lung. Veniturile estimate sunt perfect în concordanță cu cererea pieței și cu strategia de vânzare/distribuție. Există o strategie clară pentru reducerea riscurilor financiare prin diversificarea surselor de venit.</p> <p><b>2,00 p</b> - Previziunile de venituri sunt realiste și corelate cu specificul afacerii și activitățile prevăzute. Sursele de venit sunt clar definite și există o diversificare parțială a acestora. Veniturile estimate sunt în concordanță cu cererea pieței și strategia de vânzare/distribuție. Există o abordare a riscurilor financiare, dar diversificarea surselor de venit ar putea fi îmbunătățită pentru o sustenabilitate financiară mai mare.</p> <p><b>1,00 p</b> - Previziunile de venituri sunt realiste în mare măsură, dar unele aspecte nu sunt complet corelate cu activitățile prevăzute sau cu cerințele pieței. Sursele de venit sunt menționate, dar nu sunt complet detaliate sau diversificate. Veniturile estimate sunt în general acceptabile, însă corelarea lor cu strategia de vânzare/distribuție este parțială. Există o abordare limitată a riscurilor financiare.</p> <p><b>0,00 p</b> - Previziunile de venituri nu sunt realiste sau sunt insuficient corelate cu activitățile afacerii și cu cerințele pieței. Sursele de venit sunt vag definite sau insuficient diversificate, ceea ce pune în pericol sustenabilitatea financiară. Veniturile estimate nu sunt în concordanță cu cererea pieței sau cu strategia de vânzare/distribuție. Nu există o strategie clară pentru reducerea riscurilor financiare.</p>

<b>8.5. Potențialul de profitabilitate operațională</b>	3		<p><b>3,00 p</b> - Potențialul de profitabilitate operațională este bine fundamentat, cu o relație clară și coerentă între veniturile estimate și cheltuielile operaționale. Veniturile sunt suficiente pentru a asigura profit operațional și sustenabilitatea afacerii pe termen lung. Analiza veniturilor și cheltuielilor corelează eficient cu activitățile planificate, iar estimările sunt în concordanță cu criteriile necesare pentru acordarea tranșei 2 de ajutor de minimis, asigurând astfel continuitatea afacerii.</p> <p><b>2,00 p</b> - Potențialul de profitabilitate este bine estimat, iar relația între venituri și cheltuieli este corect fundamentată, însă necesită unele clarificări suplimentare. Veniturile estimate sunt suficiente pentru a sprijini sustenabilitatea afacerii pe termen mediu, dar există unele incertitudini privind obținerea profitabilității pe termen lung. Criteriile pentru tranșa 2 de ajutor de minimis sunt parțial îndeplinite, dar cu un grad mai mic de certitudine.</p> <p><b>1,00 p</b> - Potențialul de profitabilitate este doar parțial justificat, cu o relație între venituri și cheltuieli mai puțin clară. Estimările veniturilor nu sunt suficient detaliate pentru a demonstra un potențial clar de profitabilitate. Veniturile estimate nu sunt suficient de mari pentru a asigura sustenabilitatea afacerii pe termen lung și există riscuri în îndeplinirea criteriilor pentru tranșa 2 de ajutor de minimis.</p> <p><b>0,00 p</b> - Potențialul de profitabilitate este nerealist sau insuficient justificat. Relația dintre venituri și cheltuieli operaționale este vagă, iar veniturile estimate nu sunt suficient de mari pentru a susține afacerea. Nu există suficiente dovezi că afacerea va îndeplini cerințele pentru acordarea tranșei 2 de ajutor de minimis, iar sustenabilitatea financiară este puternic incertă.</p>
<b>9. SUSTENABILITATE</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	
<b>9.1. Capacitatea de a se autosuține (utilizarea resurselor financiare și diversificarea veniturilor)</b>	3		<p><b>3,00 p</b> - Planul de afaceri prezintă un model financiar solid și sustenabil, demonstrând clar cum întreprinderea socială va continua să funcționeze fără dependență de finanțarea externă după perioada de implementare. Sunt identificate surse de venit stabile și diversificate, iar măsurile de economisire și optimizare a costurilor sunt bine detaliate. Strategia financiară este clar corelată cu obiectivele pe termen lung, iar riscurile financiare sunt gestionate eficient.</p> <p><b>2,00 p</b> - Planul de afaceri detaliază surse de venit și măsuri pentru autosuținere, însă unele aspecte sunt mai puțin clar definite sau necesită mai multe informații pentru a demonstra pe deplin sustenabilitatea financiară pe termen lung. Deși sunt prezentate surse de venit, strategia de economisire și optimizare a costurilor nu este suficient detaliată sau completă. Totuși, planul oferă un raționament logic privind viabilitatea financiară post-financare.</p> <p><b>1,00 p</b> - Planul de afaceri include câteva surse de venit, dar strategia de autosuținere financiară este parțial clară sau incompletă. Măsurile pentru gestionarea costurilor și maximizarea veniturilor nu sunt suficient argumentate, iar riscurile financiare nu sunt gestionate adecvat. Există o incertitudine legată de sustenabilitatea financiară pe termen lung, iar sursele de venit sunt limitate sau nesigure.</p> <p><b>0,00 p</b> - Planul de afaceri nu demonstrează clar cum va funcționa afacerea după încetarea finanțării externe. Lipsesc surse de venit clare și planuri financiare concrete pentru autosuținere. Nu sunt identificate măsuri adecvate pentru gestionarea costurilor sau diversificarea veniturilor. Există un risc semnificativ ca întreprinderea să nu poată funcționa după perioada de finanțare.</p>

<p><b>9.1. Menținerea locurilor de muncă create</b></p>	<p>2</p>	<p><b>2,00 p</b> - Planul de afaceri demonstrează clar că locurile de muncă vor fi menținute pe întreaga perioadă de sustenabilitate. Există o corelare solidă între structura de personal, buget și planul de finanțare, evidențiind surse sigure de venit pentru acoperirea costurilor salariale. Sunt prevăzute măsuri concrete pentru stabilitatea angajaților și menținerea condițiilor impuse de statutul de întreprindere socială.</p> <p><b>1,00 p</b> - Planul de afaceri prezintă măsuri pentru menținerea locurilor de muncă, însă există unele incertitudini legate de sustenabilitatea financiară a acestora. Corelarea cu bugetul este doar parțial demonstrată, iar unele aspecte privind menținerea personalului necesită clarificări sau detalieri suplimentară.</p> <p><b>0,00 p</b> – Planul de afaceri nu reușește să demonstreze clar că locurile de muncă vor fi menținute pe perioada de sustenabilitate. Lipsesc elemente esențiale privind sursele de finanțare, iar măsurile propuse sunt insuficient argumentate pentru a garanta continuitatea locurilor de muncă conform obligațiilor asumate.</p>
<p><b>9.3. Întreținerea și utilizarea bunurilor achiziționate</b></p>	<p>1</p>	<p><b>1,00 p</b> – Planul de afaceri demonstrează clar că bunurile achiziționate vor fi utilizate și întreținute în mod eficient pe întreaga perioadă de sustenabilitate. Există o strategie bine definită pentru exploatarea, întreținerea și reparația acestora, corelată cu bugetul și resursele disponibile. Sunt prevăzute măsuri concrete pentru prevenirea degradării premature și optimizarea utilizării acestora în sprijinul obiectivelor sociale și economice ale întreprinderii.</p> <p><b>0,50 p</b> – Planul de afaceri conține prevederi privind întreținerea și utilizarea bunurilor achiziționate pe perioada sustenabilității, dar există unele incertitudini legate de modul în care acestea vor fi menținute în stare optimă de funcționare. Strategia de exploatare și întreținere este menționată, dar nu este suficient de detaliată sau corelată clar cu resursele disponibile.</p> <p><b>0,00 p</b> – Planul de afaceri nu reușește să demonstreze clar că bunurile achiziționate vor fi utilizate și întreținute corespunzător pe perioada sustenabilității. Lipsesc elemente esențiale privind planul de mentenanță, sursele de finanțare pentru reparații sau măsuri concrete pentru menținerea acestora în stare de funcționare. Există riscul ca bunurile să nu fie utilizate eficient sau să se deterioreze prematur, afectând sustenabilitatea întreprinderii.</p>

<b>9.4. Asigurarea spațiilor necesare continuării activităților</b>	1		<p><b>1,00 p</b> - Planul de afaceri demonstrează clar că întreprinderea socială are asigurate spațiile necesare desfășurării activităților pe perioada de sustenabilitate. Sunt prevăzute măsuri concrete privind utilizarea, întreținerea și acoperirea costurilor asociate (chirie, utilități, întreținere). Corelarea dintre spațiile disponibile, nevoile activității și buget este clară și realistă, fără riscuri majore care să afecteze continuitatea afacerii.</p> <p><b>0,50 p</b> - Planul de afaceri include prevederi privind asigurarea spațiilor necesare, dar există unele incertitudini legate de durabilitatea acestora pe termen lung. Deși sunt identificate sursele de finanțare pentru menținerea spațiilor, detaliile privind acoperirea costurilor sau continuitatea utilizării pot fi insuficient argumentate.</p> <p><b>0,00 p</b> - Planul de afaceri nu reușește să demonstreze clar că spațiile necesare continuării activităților sunt asigurate. Lipsesc elemente esențiale privind stabilitatea locației, strategia de menținere sau resursele financiare necesare pentru acoperirea costurilor asociate. Există riscul ca întreprinderea să nu poată continua activitatea din cauza lipsei unui spațiu adecvat sau sustenabil.</p>
<b>9.5. Planuri de dezvoltare/extindere și inovare</b>	3		<p><b>3,00 p</b> – Planul de afaceri prezintă o strategie clară, realistă și fezabilă de dezvoltare/extindere și inovare, cu direcții bine definite. Sunt descrise măsuri concrete, etape clare de implementare și resursele necesare (financiare, umane, materiale), alături de posibile surse de finanțare. Strategia este bine fundamentată și corelată cu obiectivele generale ale afacerii, evidențiind potențialul de creștere și adaptare la piață.</p> <p><b>2,00 p</b> – Planul de afaceri conține direcții clare de dezvoltare și inovare, dar unele aspecte necesită mai multe detalii. Deși sunt menționate măsuri pentru extindere, acestea nu sunt complet corelate cu resursele necesare sau cu o strategie de implementare detaliată. Se identifică oportunități de creștere, dar analiza riscurilor și fezabilitatea pe termen lung ar putea fi îmbunătățite.</p> <p><b>1,00 p</b> – Planul de afaceri include unele idei generale despre dezvoltare și inovare, dar fără un plan clar și detaliat de implementare. Resursele necesare nu sunt suficient definite, iar măsurile propuse sunt vagi sau dificil de aplicat. Strategia de extindere nu este suficient de bine argumentată, iar legătura cu obiectivele generale ale afacerii este slab conturată.</p> <p><b>0,00 p</b> - Planul de afaceri nu prezintă o strategie clară de dezvoltare, extindere sau inovare. Lipsesc măsuri concrete și detalii despre resursele necesare, iar direcțiile de creștere nu sunt analizate sau nu sunt sustenabile. Nu este demonstrată fezabilitatea extinderii afacerii, iar planul nu oferă soluții pentru adaptarea la schimbările pieței.</p>
<b>10. CLARITATEA ȘI COMPLETITUDINEA</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	
<b>10.1. Claritatea și completitudinea planului de afaceri</b>	2		<p><b>2,00 p</b> – Planul de afaceri este clar, logic structurat, concis și complet. Toate secțiunile esențiale sunt detaliate și ușor de înțeles. Nu există informații contradictorii sau ambigue.</p> <p><b>1,00 p</b> – Planul de afaceri este în mare parte clar și complet, dar conține mici ambiguități sau informații incomplete. Unele secțiuni ar putea fi mai bine structurate sau detaliate.</p> <p><b>0,00 p</b> – Planul de afaceri este slab structurat, conține informații incomplete sau contradictorii. Claritatea și logica expunerii sunt deficitare, iar unele secțiuni lipsesc sau sunt greu de înțeles.</p>

<b>10.2. Relevanța informațiilor prezentate</b>	2		<p><b>2,00 p</b> - Informațiile sunt relevante, bine documentate și specifice unei întreprinderi sociale. Toate informațiile sunt direct corelate cu obiectivele și strategia afacerii.</p> <p><b>1,00 p</b> - Informațiile sunt în mare parte relevante și bine structurate, dar unele aspecte ar putea fi mai detaliate. Există o corelare generală cu obiectivele întreprinderii sociale, însă anumite elemente necesită clarificări suplimentare.</p> <p><b>0,00 p</b> - Informațiile sunt parțial relevante, cu detalii insuficient dezvoltate sau neclar legate de specificul întreprinderii sociale. Unele informații sunt generale, nespecifice sau incomplete.</p>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	

Fiecare secțiune din planul de afaceri se evaluează atât individual, cât și în corelație cu celelalte secțiuni și cu obiectivele stabilite în planul de afaceri, astfel încat planul de afaceri să fie coerent și fiabil.

Nume și prenume membru comisie evaluare:

Data evaluării:

Semnătura: