



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013ORGANISMUL INTERMEDIAR  
REGIONAL PENTRU POS DRU  
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOVR4 - CONSULTANȚĂ ȘI  
FORMARE PROFESIONALĂ

## Concurs „Femei in afaceri” Anexa 3

### Evaluare Plan de afaceri

.....

Numarul de inregistrare: .....

Nume si prenume participant: .....

Data: .....

Criterii		Punctaj
<b>A. Domeniul de activitate al firmei</b>		
1	Productie	10
2	Servicii	7
3	Comert si alte activitati	5
<b>B. Forma de organizare a afacerii</b>		
4	SRL	10
5	II/ IF/ alta	5
6	PFA	3
<b>C. Afacerea conduce la crearea de noi locuri de munca</b>		
7	Numarul de noi locuri de munca create este mai mare sau egal cu 3	10
8	Numarul de noi locuri de munca create este mai mic decat 3	5
<b>D. Corectitudinea intocmirii Planului de Afaceri</b>		
9	Datele sunt suficiente, corecte și justificate. Analiza pieței demonstrează existența unei piețe/cereri certe pentru produsele/serviciile oferite de firma. Analiza concurenței identifică competitorii, punctele lor tari și slabe	20
10	Datele sunt suficiente și, în mare măsură justificate. Analiza pieței demonstrează existența unei piețe/cereri potențiale pentru produsele/	10

Egalitate de sanse si incluziune pe piata muncii pentru femei in Regiunea Bucuresti-Ilfov

Contract nr. POSDRU/152/6.3/G/ID 130466

1



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013ORGANISMUL INTERMEDIAR  
REGIONAL PENTRU POS DRU  
REGIUNEA BUCUREȘTI-ILFOVR4 - CONSULTANȚĂ ȘI  
FORMARE PROFESIONALĂ

	serviciile oferite de firma. Analiza concurenței identifică competitorii însă analiza punctele lor tari și slabe, avantajul competitiv al solicitantului sunt analizate sumar	
11	Datele sunt insuficiente și/sau slab justificate. Analiza pieței nu demonstrează existența unei piețe/cereri pentru produsele/serviciile oferite de firma. Analiza concurenței identifică cel mult competitorii fără a analiza punctele lor tari și slabe și/sau avantajul competitiv al solicitantului.	5
<b>E. Strategia de marketing</b>		
12	Strategia de marketing este realizabilă (identifică instrumente adecvate și eficiente) în condițiile resurselor disponibile. Proiecțiile financiare sunt corelate cu strategia de marketing; sunt corecte și realiste. Calculațiile de costuri și venituri sunt corecte și realiste și fundamentează proiecțiile financiare.	20
13	Strategia de marketing este parțial realizabilă (identifică instrumente parțial adecvate/ cu eficiență redusă) în condițiile resurselor disponibile. Proiecțiile financiare sunt parțial corelate cu strategia de marketing; sunt parțial corecte/ realiste. Calculațiile de costuri și venituri sunt parțial corecte/ realiste și fundamentează, într-o anumită măsură, proiecțiile financiare.	10
14	Strategia de marketing nu este realizabilă (nu identifică instrumente adecvate/ eficiente) în condițiile resurselor disponibile. Proiecțiile financiare nu sunt corelate cu strategia de marketing; nu sunt corecte/ realiste. Calculațiile de costuri și venituri nu sunt corecte/ realiste.	5
<b>F. Respectarea modelului de Plan de Afaceri</b>		
15	Planul de Afaceri respecta modelul propus	10
<b>G. Potențial inovativ și / sau creativ</b>		
16	Planul de afaceri are potențial inovativ și / sau creativ	10
<b>H. Gradul de complexitate al analizei SWOT</b>		
16	Grad de complexitate ridicat al analizei SWOT	10
17	Grad de complexitate scăzut al analizei SWOT	5
<b>Total puncte obținute (maxim 100)</b>		



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



ORGANISMUL INTERMEDIAR  
REGIONAL PENTRU POSDRU  
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOV



R4 - CONSULTANȚĂ ȘI  
FORMARE PROFESIONALĂ

## NOTA :

1. Punctajul maxim care se poate obține este 100.
2. La punctaje egale se vor lua în considerare punctajele obținute la criteriile:

C. Planul de afaceri conduce la crearea de noi locuri de muncă în cadrul firmei  
D. Corectitudinea îndeplinirii Planului de Afaceri

3. La punctaje egale în urma evaluării punctelor C și D se vor lua în considerare punctajele obținute la criteriile:

E. Strategia de marketing  
H. Gradul de complexitate al analizei SWOT

## Comisia de evaluare

Presedintele comisiei: .....

Membrii comisiei: .....

.....