



Cofinanțat de
Uniunea Europeană



Proiect cofinanțat din Fondul Social European Plus prin Programul Educație și Ocupare 2021-2027

Prioritatea: 4. Antreprenariat și economie socială

Obiectivul specific: ESO4.1. Îmbunătățirea accesului la piața muncii și măsuri de activare pentru toate persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă, în special pentru tineri, îndeosebi prin implementarea Garanției pentru tineret, pentru șomerii de lungă durată și grupurile defavorizate de pe piața muncii și pentru persoanele inactive, precum și prin promovarea desfășurării de activități independente și a economiei sociale (FSE+)

Acțiunea 4.a.2 Sprijin pentru dezvoltarea antreprenoriatului

Titlul proiectului: **SOCIALIS – SOLUȚII pentru Creșterea Investițiilor și Activităților sociale în Localitățile României prin finanțarea întreprinderilor Sociale**
Cod SMIS: 311410

CORRIGENDUM NR 1 DIN 03.01.2025 LA

METODOLOGIA DE SELECTIE A PLANURILOR DE AFACERI

In cadrul proiectului

“SOCIALIS – SOLUȚII pentru Creșterea Investițiilor și Activităților sociale în Localitățile României prin finanțarea întreprinderilor Sociale” cod SMIS 311410

Intocmit

Manager de proiect

Cristina Ițcus

Aprobat

Președinte Executiv

Alin-Mihai Popescu



Anexa 3 grila de evaluare se inlocuieste cu grila anexata prezentului Corrigendum

Modificarile vizate de corrigendum 1 sunt urmatoarele:

Denumire criteriu	Punctaj maxim conform metodologie initiala	Punctaj maxim conform Corrigendum 1
2. DESCRIEREA ÎNTREPRINDERII SOCIALE		
2.1 Descrierea întreprinderii sociale din punct de vedere al activității economice. În ce constă esența economică afacerii?	4	5
2.2 Descrierea întreprinderii sociale din punct de vedere al misiunii sociale / programelor sociale ale acesteia. În ce constă esența socială a afacerii?	5	5
2.3 Analiza pieței de desfacere și a concurenței	3	4

Anexa 3 - Grila de evaluare

Denumire criteriu	Punctaj maxim	Aspecte verificate
2. DESCRIEREA ÎNTREPRINDERII SOCIALE		
2.1 Descrierea întreprinderii sociale din punct de vedere al activității economice. În ce constă esența economică afacerii?	5	- sursa ideii de afaceri și motivele alegerii acesteia, - experiența aplicantului în domeniul de activitate vizat prin planul de afaceri, - pregătirea formală sau informală pe care o are în relație cu afacerea propusă, - existența unei viziuni și a unei misiuni clar definite, - implicarea în afacere a unor angajați sau asociați/fondatori cheie, cu experiență/cunoștințe în domeniu de activitate vizat; - cunoașterea și prezentarea clară de către aplicant a factorilor relevanți pentru afacere (localizare, tehnologiile ce vor fi utilizate).
2.2 Descrierea întreprinderii sociale din punct de vedere al misiunii sociale / programelor sociale ale acesteia. În ce constă esența socială a afacerii?	5	- descrierea clara a misiunii sociale/programele sociale asumate de întreprinderea socială, - identificarea clară a categoriilor de persoane cărora li se adresează întreprinderea socială și a nevoilor acestora, - descrierea zonei geografice, - descrierea problemei comunitare/de mediu pe care încearcă să o rezolve afacerea, - claritatea prezentării și asumării criteriilor stabilite de Legea economiei sociale (L219/2015) pentru întreprinderile sociale/întreprinderile sociale de inserție, - caracterul misiunii sociale (activă/integrată în modelul generator de venituri al afacerii, pasivă/orientată către organizații externe).
2.3 Analiza pieței de desfacere și a concurenței	4	- claritatea descrierii modului în care se integrează activitatea întreprinderii în contextul social și în cel economic din zona respectiva, - claritatea prezentării pieței și gradul de fundamentare a analizei pieței căreia întreprinderea i se adresează, - definirea pieței pe baza caracteristicilor și nevoilor relevante ale potențialilor clienți, - metodele utilizate de colectare a datelor prezentate (studii proprii, consultare de studii și statistici relevante), - menționarea și indicarea surselor informațiilor prezentate, - potențialul pieței și tendințele pentru viitor, - prezentarea concurenților, analiza și compararea avantajelor și dezavantajelor produselor/serviciilor afacerii în raport cu cele ale concurenților și cu nevoile clienților.
2.4 Prezențați și justificați activitățile propuse și realizați analiza SWOT a afacerii		
2.4.1 Prezentarea activităților	3	- acuratețea activităților prevăzute, a planificării, încadrării în timp a acestora și corelarea cu obiectivele, misiunea și rezultatele stabilite, - claritatea graficului activităților.
2.4.2 Analiza SWOT	2	- identificarea și încadrarea corectă a principalelor puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări, - claritatea și relevanța elementelor analizei SWOT prezentate pentru afacerea propusă. Se va acorda maxim 0,5 puncte pentru fiecare dintre elementele analizei SWOT (puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări) în funcție de calitatea analizei.
2.5 Descrieți produsele/serviciile/lucrările care fac obiectul activității IS		
2.5.1 Descrieți produsele/serviciile/lucrările care fac obiectul activității Întreprinderii sociale	6	- detalierea și claritatea descrierii caracteristicilor și modului de prezentare a produselor/serviciilor, inclusiv în relație cu modul de adresare a nevoilor clienților și cu politicile de produs ale concurenților, - originalitatea sau elementele inovatoare/distinctive în raport cu alte produse/servicii similare existente pe piață (de produs, de proces etc.), - logica și claritatea descrierii fluxului de producție/prestare.
2.5.2 Detaliere preț, promovare, plasarea/distributia produselor/serviciilor/lucrărilor	3	- Pretul: realismul și gradul de fundamentare al modului de stabilire a prețurilor: raportarea la prețurile concurenților, la condițiile de piață actuală, la potențialele fluctuații sau evoluții viitoare, la costurile de producție. - Promovarea: fundamentarea politicilor de promovare pe informațiile rezultate din analiza pieței cu privire la modalitatea în care cumpărătorii se informează, - măsura în care s-a ținut cont de politicile de promovare ale principalilor concurenți, - gradul de actualitate și de relevanță a instrumentelor de promovare utilizate în raport cu piața, tipul de clienți și de produs, - realismul metodelor și instrumentelor de promovare propusă în relație cu resursele disponibile sau alocate. Plasarea/distributia: claritatea prezentării și fundamentarea modului de distribuție/plasare (în raport cu metodele de achiziție preferate de cumpărători, politicile de distribuție practicate de concurență, costurile de distribuție asociate diverselor soluții, posibilitățile de menținere a contactului cu piața). Se va acorda cate un punct pentru fiecare dintre elementele prezentate (pret, promovare, plasare/distributie)
2.6. Prezențați modelul de organizare și funcționare a Întreprinderii sociale	3	- prezentarea clară a modului în care se asigură participarea membrilor și a altor actori interesați, inclusiv persoane din grupuri vulnerabile, la deciziile privind activitățile acesteia, - prezentarea clară a modului în care acesta reflectă principiile prevăzute la art. 4, lit. c și d din Legea nr. 219/2015 privind economia socială (convergența dintre interesele membrilor asociați și interesul general și/sau interesele unei colectivități și control democratic al membrilor, exercitat asupra activităților desfășurate).

2.7. Prezentări structura organizatorică	5	- prezentarea sarcinilor asociate fiecărui post, experiența, pregătirea și competențele minimale impuse ocupanților posturilor în concordanță cu afacerea - prezentarea de elemente privind recrutarea și motivarea angajaților, - prezentarea posturilor (funcțiilor) prevăzute și a normelor de lucru (ore/zi. ore/lună), în corelare cu ciclul de producție/prestare a serviciilor și cu modelul afacerii.
2.8. Prezentări direcțiile strategice de dezvoltare a întreprinderii sociale	2	Claritatea și realismul direcțiilor strategice prezentate în relație cu obiectivele aferente activității economice și sociale a întreprinderii sociale și activitățile definite.
2.9. Prezentări rezultate economice și sociale specifice preconizate		
2.9.1 Rezultate aferente activității economice	2	Claritatea și realismul rezultatelor în relație cu obiectivele aferente activității economice și activitățile definite,
2.9.2 Rezultate aferente misiunii sociale	2	Claritatea și realismul rezultatelor în relație cu obiectivele aferente misiunii sociale și activitățile definite.
2.10. Riscuri	2	Identificarea corectă a riscurilor care pot afecta implementarea planului de afaceri și stabilirea de măsuri de atenuare a acestora. Nu se va puncta numărul de riscuri identificate ci gradul de coerență al acestora în contextul planului de afaceri
3. PLANUL DE FINANȚARE AL ÎNȚEPRINDERII SOCIALE		
3.1 Detaliere și coerența plan de finanțare pentru perioada de funcționare	6	- gradul de completitudine și detaliere a bugetului (cuprinderea cheltuielilor necesare nefiind omise resurse fără de care afacerea nu poate fi derulată sau cu prezentarea surselor suplimentare de finanțare), - corelarea cheltuielilor cu specificul afacerii și cu activitățile prevăzute, justificarea necesității cheltuielilor previzionate în relație cu ciclul de producție/prestare - corectitudinea fundamentării cheltuielilor (pe baza de oferte de pret, magazine online, website-uri, etc) și precizarea sau anexarea acestora la planul de afaceri - corecta încadrare a cheltuielilor pe categorii de cheltuieli eligibile
3.2 Detaliere și coerența plan de finanțare pentru perioada de sustenabilitate	3	- corelarea cheltuielilor cu specificul afacerii - corectitudinea fundamentării cheltuielilor (pe baza de oferte de pret, magazine online, website-uri, etc) și precizarea sau anexarea acestora la planul de afaceri - gradul de detaliere a informațiilor
3.3 Contribuția proprie (procent din valoarea sprijinului primit) - contribuția minimă obligatorie este de 10%		
contribuție proprie de 10%	0	Pentru contribuție proprie raportată la valoarea sprijinului primit de 10% (procentul minim obligatoriu) nu se acordă puncte
contribuție proprie între 10,01% și 15%	1	Pentru contribuție proprie raportată la valoarea sprijinului primit între 10,01% și 15% se acordă 1 punct
contribuție proprie între 15,01% și 19,99%	2	Pentru contribuție proprie raportată la valoarea sprijinului primit între 15,01% și 19,99% se acordă 2 puncte
contribuție proprie de 20% sau mai mare	3	Pentru contribuție proprie raportată la valoarea sprijinului primit de 20% sau mai mare se acordă 3 puncte
4. VENITURI ESTIMATE		
4.1 Detalierea veniturilor estimate în perioada de funcționare de maxim 18 luni	2	- corelarea veniturilor cu specificul afacerii și cu activitățile prevăzute, - corectitudinea fundamentării veniturilor și gradul de detaliere a acestora - realismul ipotezelor pe care previziunile veniturilor operaționale au fost fundamentate
4.2 Detalierea veniturilor estimate în perioada de sustenabilitate de 13 luni	2	- corelarea veniturilor cu specificul afacerii și cu cheltuielile planificate în perioada de sustenabilitate - corectitudinea fundamentării veniturilor și gradul de detaliere a acestora - realismul ipotezelor pe care previziunile veniturilor operaționale au fost fundamentate
TOTAL	60	