



Edita:  **UCEV**
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

ak:e

Diseño y contenidos: Pilixip

Imprime: Gráficas Papallona, Coop.V.

1ª edición: noviembre 2018

2ª edición: mayo 2024

UCEV 

UCEV 

@LA_UCEV 

@la_ucev 

ucev@ucev.coop

<https://www.ucev.coop>

<https://coopescolar.ucev.coop>



COOPERATIVAS ESCOLARES



MÓDULO 1: ¿QUÉ ES UNA COOPERATIVA ESCOLAR?

MÓDULO 2: ¿POR QUÉ UNA COOPERATIVA ESCOLAR?

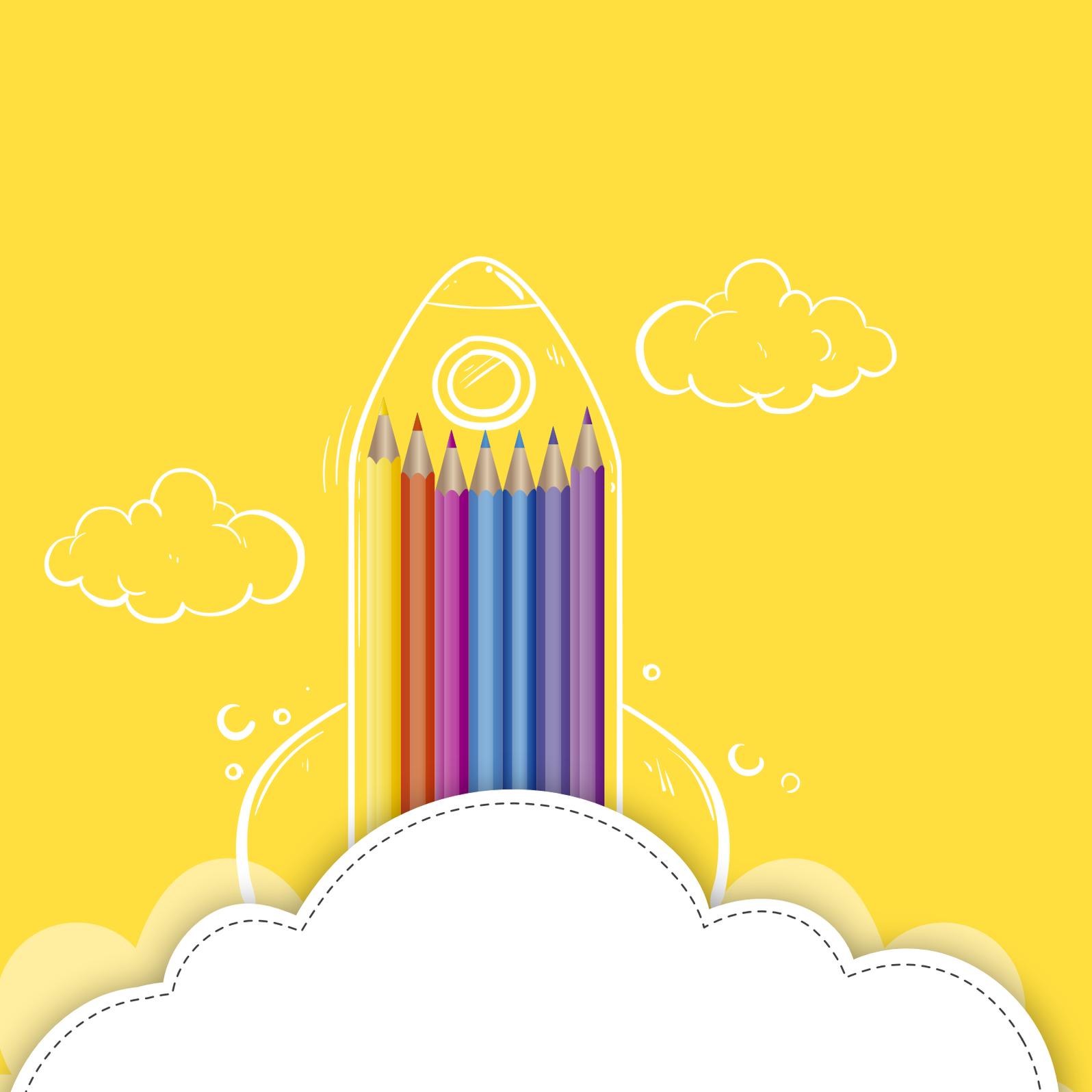
MÓDULO 3: ¿CÓMO CONSTITUIMOS UNA COOPERATIVA ESCOLAR?

MÓDULO 4: EL COOPERATIVISMO Y LA ECONOMÍA SOCIAL

MÓDULO 5: EJEMPLOS DE COOPERATIVAS ESCOLARES

MÓDULO 6: ¿CÓMO GESTIONAMOS NUESTRA COOPERATIVA?





En la sociedad actual están creciendo las desigualdades económicas, el individualismo y la precariedad laboral. Es cada vez más necesario fomentar y desarrollar los **valores cooperativos** para crear una cultura emprendedora basada en estos valores desde la etapa educativa. Hay que integrar en el sistema educativo actividades que impregnan la vida escolar de motivación para cooperar y emprender con valores.

La UCEV quiere fomentar el espíritu emprendedor en los centros de enseñanza mediante la incorporación de las competencias emprendedoras en los currículum de las asignaturas, así como facilitando materiales al personal docente para que sea más fácil transmitir al alumnado la motivación para emprender a través de fórmulas empresariales de la economía social.

Este proyecto trata de impulsar la creación de **COOPERATIVAS ESCOLARES** para que el alumnado pueda trabajar en ella a lo largo del curso. Desde la constitución de la cooperativa y la creación de los estatutos y los órganos de gobierno, hasta experimentar situaciones de la vida cotidiana empresarial y aprender a resolverlas, esta experiencia permite al alumnado ser protagonista de su propio aprendizaje.

El material también incluye información sobre el cooperativismo y la economía social y muestra ejemplos de otras cooperativas escolares que han sido creadas en La Comarcal, Florida, Escuela 2, El Dragón y Sorolla, entre otros.

MÓDULO 1

¿QUÉ ES UNA COOPERATIVA ESCOLAR?

1. Concepto y finalidad de una cooperativa escolar.
2. Tareas a desarrollar por el alumnado.
3. El papel del profesorado.



1. Concepto y finalidad de una cooperativa escolar

Concepto de cooperativa

Una cooperativa es una empresa constituida por personas que se asocian libremente para la realización de actividades encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democráticos, conforme a los **Principios Cooperativos**.

Una cooperativa de trabajo asociado tiene por objeto proporcionar a las personas socias puestos de trabajo, mediante su esfuerzo personal y directo, a través de la organización común de la producción de bienes o servicios.

Las cooperativas de trabajo asociado conjugan al tiempo profesionalidad, flexibilidad y participación. Representan un modelo de empresa en que los objetivos económicos y empresariales se integran con otros de carácter social. Se consigue, así, un crecimiento económico basado en la ocupación, la equidad social y la igualdad. La fórmula cooperativa ofrece una serie de ventajas que se derivan de un modelo propio de organización interna, así como de los principios en que basa su filosofía:

- Es una fórmula de **ocupación estable**: las personas socias se unen para satisfacer sus necesidades de trabajo en las mejores condiciones posibles.
- Las **personas y el valor del trabajo** están por encima del capital aportado. La cooperativa es una organización democrática donde las decisiones se toman de manera igualitaria.
- Los trabajadores y las trabajadoras son al mismo tiempo propietarias y gestoras de la cooperativa. Por eso hay mayor motivación e identificación con la empresa y su futuro.
- Es una fórmula empresarial en expansión que ofrece grandes posibilidades para que las personas emprendedoras puedan abrirse camino profesionalmente.

COOPERATIVA ESCOLAR

Una cooperativa escolar es una asociación formada por el alumnado con el objetivo de desarrollar una actividad económica dentro del ámbito del centro escolar. A diferencia de otras actividades o proyectos que se llevan a cabo dentro del aula, en las cooperativas escolares el alumnado hace una actividad económica real: compran, venden, producen, ofrecen servicios, etc. Aunque esta actividad la hacen sin ánimo de lucro.

Es un proyecto flexible: que se puede adaptar a las necesidades del centro y del alumnado y, al mismo tiempo, se puede enmarcar dentro de una o varias asignaturas o como proyecto extraescolar.

El alumnado, para poder formar la cooperativa escolar cuenta con el asesoramiento y orientación del profesorado, que lo acompaña en todo el proceso.

MATERIAL COMPLEMENTARIO

- ANEXO 1: Diapositiva para explicar al alumnado qué es una cooperativa escolar.

¿Qué finalidad tiene una cooperativa escolar?

Las cooperativas escolares tienen una finalidad limpiamente educativa y formativa. Pretenden desarrollar los conocimientos y las capacidades emprendedoras: Alumnos autónomos, responsables, con iniciativa, creatividad, capacidad de pensar por ellos mismos, ser críticos...



Los objetivos de las cooperativas escolares son:

- 1. Fomentar un aprendizaje transversal y significativo:**
 - El alumnado pone en práctica competencias de diferentes áreas y las relaciona, potenciando un aprendizaje significativo y duradero.
- 2. Desarrollar capacidades emprendedoras:**
 - Ideando y llevando a la práctica un proyecto cooperativo, trabajamos: la iniciativa, la innovación, la creatividad, la autonomía, el liderazgo, la colaboración...
 - Asunción de responsabilidades, enfrentarse a retos reales.
- 3. Trabajar simultáneamente todas las competencias clave del sistema educativo:**
 - Comunicación lingüística.
 - Competencia matemática y competencias básicas en Ciencia y Tecnología.
 - Competencias Sociales y Cívicas.
 - Competencia Digital.
 - Competencia de Aprender a Aprender.
 - Sentido de la Iniciativa y el Espíritu Emprendedor.
 - Competencia en Expresiones Culturales.
- 4. Crear un contexto educativo y lúdico en el aula:**
 - Aprender haciendo.
 - Vivir el aprendizaje como un juego.
 - Motivar para el aprendizaje.
- 5. Trabajar en equipo, tomar decisiones de manera democrática:**
 - Valorar las capacidades propias y de los compañeros.
 - El formato cooperativo permite practicar la convivencia, la resolución de conflictos... en definitiva, entrenarse para vivir en sociedad.
- 6. Conectar la escuela y el entorno:**
 - Se hace necesaria la implicación de familias, empresas, instituciones...
- 7. Establecer relaciones entre la actividad emprendedora y la responsabilidad con el entorno:**
 - La actividad de la cooperativa crea valor y aporta mejoras en el centro escolar o en el municipio.
 - El alumnado destina parte de los beneficios a una ONG de su elección.
 - Aprenden a ser solidarios e implicarse en el entorno.

2. Tareas a desarrollar por el alumnado

El alumnado participa en todo el proceso de creación de la cooperativa, como veremos con más detalle en el módulo 3, y una vez constituida, en el desarrollo de sus actividades.

En la etapa inicial el alumnado tendrá que:

- Decidir qué actividad se va a realizar, qué productos se van a elaborar y con qué materiales, o qué servicios va a prestar la cooperativa escolar.
- Elegir un nombre y crear un logotipo.
- Definir el organigrama, que es la representación gráfica de la estructura organizativa de la cooperativa.
- Definir los estatutos donde se establecerán las normas que se tendrán que seguir.
- Elegir en Asamblea las personas que formarán parte del Consejo Rector (presidencia, secretaría, tesorería) que posteriormente representarán y organizarán la actividad de la cooperativa.
- Establecer una cuota de capital inicial para poder empezar la actividad.
- Hacer investigación de otras formas de financiación para la actividad de la cooperativa escolar.





3. El papel del profesorado

El profesorado tiene un papel fundamental en la creación de las cooperativas escolares, porque es quien **guía, apoya, motiva, modera y coordina la actividad del alumnado**.

Además tiene que vincular las actividades del alumnado dentro de los planes formativos según el nivel, teniendo en cuenta que en caso de que sea posible es ideal **implicar al profesorado de otras materias** o niveles educativos.

Por otro lado, el profesorado tiene que velar por la transversalidad del proyecto, teniendo en cuenta que se trata de favorecer una formación integral de personas y para **acercar el trabajo de la cooperativa al contexto escolar, familiar y sociocultural donde se desarrolla**.

Además puede aportar ideas para enriquecer el proceso y favorecer el aprendizaje. Por ejemplo, si el alumnado quiere hacer una cooperativa para hacer audiovisuales, el profesorado puede enriquecer proponiendo hacer cortos sobre problemas sociales.



MATERIAL COMPLEMENTARIO

- ANEXO 2: Diapositiva para explicar al alumnado qué tendrá que hacer

LA COOPERATIVA ESCOLAR



Realiza una
ACTIVIDAD
sencilla, pero
REAL

Se
adapta a las
necesidades
de alumnos y
docentes

Utiliza una
METODOLOGÍA
participativa,
motivadora,
integradora

MÓDULO 2

¿POR QUÉ UNA COOPERATIVA ESCOLAR?

1. Las cooperativas escolares en relación con las etapas educativas.
2. Relación con metodologías activas y participativas.
3. Relación con las competencias clave del sistema educativo.

PRIMARIA



Proyecto
interdisciplinar

SECUNDARIA



Iniciación a
la actividad
emprendedora
y empresarial

Economía

BACHILLERATO



Economía
de la empresa

Fundamentos
de administración
y gestión

1. Las cooperativas escolares en relación con las etapas educativas



Las cooperativas escolares **pueden crearse en cualquier nivel educativo**, pero según el nivel se engranará de diferente manera en los planes educativos.

En **Primaria** se puede también crear una cooperativa escolar como proyecto interdisciplinar compartido entre diferentes asignaturas, o bien utilizando horas de tutoría o patios, puesto que no hay ninguna asignatura que tenga entre sus objetivos la promoción del espíritu emprendedor.

En cambio, las nuevas asignaturas de **ESO y bachillerato** del ámbito de la economía y la administración de empresas, como son "Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial" y "Cimientos de Administración y Gestión", crean un marco adecuado para poner en marcha proyectos de cooperativas escolares.

INICIACIÓN A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EMPRESARIAL

(PRIMER CICLO)

- Asignatura específica en 1.º, 2.º y 3.º de ESO.
- 2 horas en la semana.
- Se ofrece obligatoriamente en 3.º de ESO.
- Los centros pueden ofrecerla de optativa en 1.º y 2.º

(4.º ESO)

- Asignatura troncal en la opción de enseñanzas aplicadas
- 3 horas en la semana
- Optativa de oferta obligatoria.

Bloques de contenidos (1.º y 2.º ciclo):

1. Autonomía personal, iniciativa emprendedora e innovación.
1. Proyecto de empresa.
1. Plan económico – financiero.

Selección de contenidos relacionados con cooperativismo y economía social:

Bloque de contenidos 2: Proyecto de empresa

La idea de proyecto de empresa. Creatividad e innovación. Evaluación de la idea. El entorno y la función social de la empresa. Emprendimiento social.

Elementos y estructura de la empresa.

El plan de empresa. Estructura.

Tipo de empresa según su forma jurídica.

La elección de la forma jurídica. Principales variables para determinar su elección.

Trámites de puesta en marcha de una empresa.

Ayudas y apoyo a la creación de empresas.

Las actividades en la empresa. La función de producción. La función comercial y de marketing.

Información en la empresa. La información contable. La información de recursos humanos. Los documentos comerciales de cobro y pago. El archivo.

Selección de criterios de evaluación relacionados con cooperativismo y economía social

BL2.1. Crear un proyecto de empresa en el aula describiendo las características internas y su relación con el entorno así como su función social, identificando los elementos que constituyen su red logística como proveedores, clientes, sistemas de producción y comercialización y redes de almacenaje entre otros.

BL2.2. Describir las diferentes formas jurídicas de las empresas, relacionando en cada una de ellas las responsabilidades legales así como las exigencias de capital eligiendo la más adecuada.

BL2.3. Relacionar los diferentes trámites de puesta en marcha de una empresa clasificándolos según la administración donde se realizan y recopilar las diferentes ayudas a la creación de empresas valiéndose de medios telemáticos..

BL2.4. Describir actividades de producción y comercialización propias del proyecto de empresa creado.

BL2.5. Organizar la información de las diferentes áreas del proyecto de empresa aplicando los métodos correspondientes a la tramitación documental empresarial.

BL2.6. Participar en equipos de trabajo para conseguir metas comunes asumiendo varios roles con eficacia y responsabilidad, apoyar a compañeros y compañeras demostrando empatía y reconociendo sus aportaciones y utilizar el diálogo igualitario para resolver conflictos y discrepancias.

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

(2.º BACHILLERATO)

- Específica y optativa.
- 4 horas en la semana.

Bloques de contenidos:

Bloque 1: Innovación empresarial. La idea de negocio. El plan de empresa.

Bloque 2: Estudio del negocio.

Bloque 3: Forma jurídica de la empresa, documentación y trámites para su puesta en marcha.

Bloque 4: El plan de aprovisionamiento.

Bloque 5: Gestión comercial y de marketing en la empresa.

Bloque 6: Organización interna de la empresa y gestión de los recursos humanos.

Bloque 7: Gestión de la contabilidad en la empresa.

Bloque 8: Gestión de las necesidades de inversión y financiación. Viabilidad de la empresa.

Bloque 9: Exposición y defensa pública de la idea de negocio.

Selección de contenidos relacionados con cooperativismo y economía social:

BLOQUE 3

Elección de la forma jurídica: Elementos constitutivos de la forma jurídica: responsabilidad, carácter de los socios, inversión, etc.

La puesta en marcha de un negocio: Las Administraciones Públicas y sus niveles. Organismos competentes de la Administración.

La constitución de la empresa: Certificación negativa del nombre. Apertura de cuenta corriente. Elaboración de estatutos societarios y escritura pública de constitución. Solicitud de CIF. Impuestos.

BLOQUE 6

La organización interna de la empresa y la RSC: Competencias profesionales. Funciones. Objetivos empresariales. Plan de RSC.

La gestión de RRHH: Análisis de los puestos de trabajo. Fuentes de reclutamiento: especial atención a las RRSS profesionales. El proceso de selección de personal.

El contrato de trabajo: elementos constitutivos de la relación laboral. Subvenciones e incentivos a la contratación. La nómina.

Selección de criterios de evaluación relacionados con cooperativismo y economía social

BLOQUE 3

BL 3.1. Analizar las diferentes formas jurídicas empresariales del Derecho español para emplear de una forma adecuada una de ellas en la constitución de la empresa.

BL 3.2. Investigar los trámites legales necesarios para crear una empresa e identificar los organismos de la Administración que los avalan, mediante la emulación del proceso de constitución.

BL 3.3. Elaborar la documentación necesaria para el arranque de una empresa y presentarla diferenciando los organismos de la Administración receptores.

BLOQUE 6

BL 6.1. Analizar la organización interna de la empresa, así como el equipo desarrollador de la idea, describir las capacidades de cada uno de sus miembros y establecer los objetivos empresariales en base a criterios éticos y en el plan de RSC de la empresa.

BL 6.2. Establecer criterios de valoración en un proceso de selección de personal analizando las necesidades de contratación de la empresa y trabajando en el entorno de las RRSS profesionales.

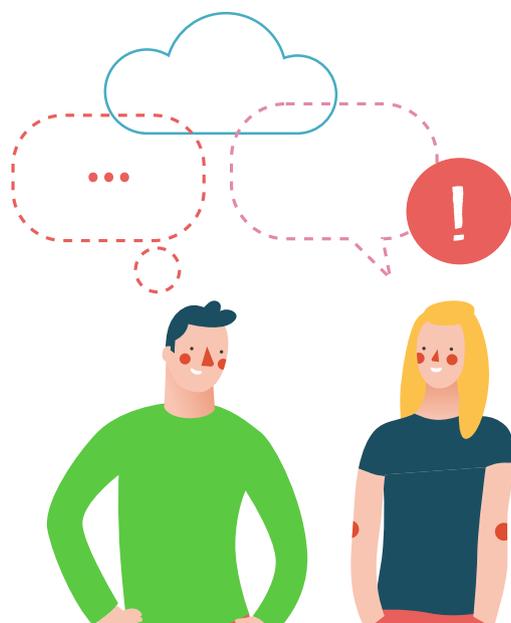
BL 6.3. Redactar contratos de trabajo ajustados a los nuevos incentivos a la contratación y organizar la documentación generada en el proceso de selección de personal mediante sistemas de archivo en nube.



2. Relación con metodologías activas y participativas

Las Cooperativas Escolares, además de acercar a los alumnos una forma jurídica empresarial que queda muchas veces fuera del currículum, ayudan a plantear una metodología dinámica, activa y participativa en el aula. Además, el trabajo mediante un proyecto empresarial cooperativo, implica trabajar todas las competencias clave del sistema educativo de una manera aplicada, potenciando la capacidad emprendedora del alumnado y su actitud proactiva ante la vida.

Las metodologías activas se basan en el aprendizaje cooperativo donde a partir de la organización del aula en grupos mixtos y heterogéneos, el alumnado trabaja conjuntamente para desarrollar una determinada tarea y profundizar en su propio aprendizaje. **Las ventajas de esta metodología se basan en los siguientes aspectos:**



- El grupo o grupo-clase tiene una enorme potencialidad para el aprendizaje a través de la creación de situaciones de interacción social que generan conocimientos compartidos.
- Promueve un mayor dominio del lenguaje como vehículo de comunicación y herramienta de pensamiento. El lenguaje hablado es el instrumento básico porque los alumnos contrastan y modifican los esquemas de conocimiento que van construyendo.
- Cuando los grupos son mixtos y heterogéneos se generan conflictos que conducen a la reestructuración de aprendizajes por la investigación de soluciones y asimilación de perspectivas diferentes a las propias.
- El trabajo cooperativo dota al alumnado de habilidades sociales y comunicativas para participar en discusiones y debates eficaces.
- Se produce una interdependencia de aprendizajes. Cuando una persona aprende, el resto también lo hace. Esta interdependencia positiva es motivadora, incrementa el esfuerzo individual y promueve la salud emocional.

- Hay una democratización de las oportunidades de éxito que mejoran las destrezas sociales relacionadas con la comunicación, la cooperación, la resolución pacífica de conflictos y la ayuda mutua. También promueve la persistencia en la tarea.
- El trabajo en equipo permite la modificación de los contenidos hasta adecuarlos al nivel de comprensión de cada persona a través de un proceso colectivo de clarificación de dudas, utilización de un vocabulario adecuado y la explicación más detenida de los conceptos.
- El grupo favorece un entorno de trabajo relajado que fomenta la participación de las personas más inseguras.
- El alumnado cuenta con el tiempo necesario para reflexionar, pensar y asociar sus ideas previas con las nuevas.
- El trabajo cooperativo favorece un clima afectivo adecuado para el aprendizaje.
- El alumnado puede lograr nuevas estrategias de aprendizaje a través de la observación de compañeros y compañeras.
- El aprendizaje cooperativo promueve la aparición de dinámicas que fomentan actitudes más positivas ante el compromiso con la tarea que se desarrolla. Esto se traduce en un aumento de la motivación.
- Contribuye al desarrollo de un autoconcepto y autoestima positivos, en la medida en la que influye positivamente en dos de sus aspectos fundamentales: los vínculos afectivos y el éxito.



3. Relación con las competencias clave del sistema educativo

El proyecto de la cooperativa escolar desarrolla algunas de las competencias clave del sistema educativo, como podemos ver en el siguiente cuadro:



COMPETENCIAS	COMO LAS TRABAJAMOS EN LA COOPERATIVA ESCOLAR
<p>COMPETENCIA EN COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA (CCLI): Hace referencia a la habilidad para expresar ideas e interactuar con otras personas de manera oral o escrita, llevando a cabo una comunicación efectiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transmisión efectiva de ideas con el objetivo de convencer al interlocutor. • Práctica del debate y la discusión constructiva en asamblea. • Conocimiento de documentos oficiales y terminología específica. • Redacción de documentos propios: actas, estatutos,...
<p>COMPETENCIA MATEMÁTICA Y COMPETENCIAS BÁSICAS EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA (CMCT): Capacidades para aplicar el desarrollo matemático para resolver cuestiones de la vida cotidiana; habilidades para utilizar los conocimientos y metodología científicos para explicar la realidad que nos rodea; aplicar los conocimientos y métodos para dar respuesta a los deseos y necesidades humanas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas. • Generación e interpretación de información contable básica. • Interpretación de información bancaria: solicitud de un préstamo. • Cálculos de ingresos y gastos. • Determinación de los precios de los productos.
<p>COMPETENCIA DIGITAL (CD): Implica la utilización segura y crítica de las TIC para obtener, analizar, producir e intercambiar información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización efectiva de las TIC para la busca de información. • Utilización de las TIC para la comunicación eficiente entre los miembros de la cooperativa. • Utilización de aplicaciones informáticas para la redacción y la exposición de información.
<p>COMPETENCIA EN APRENDER A APRENDER (CAA): Actitud positiva e iniciativa. Implica que el alumno desarrolla su capacidad para iniciar el aprendizaje y persistir con él, organizar y planificar sus tareas y tiempos y trabajar de manera individual o colaborativa para conseguir un objetivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación y organización del proceso de creación de la cooperativa. • Asignación de tareas y responsabilidades entre los diferentes miembros de la cooperativa. • Conciencia de las propias capacidades y aptitudes. • Reflexión sobre aquello conseguido con la cooperativa y sobre las posibilidades de mejora.
<p>COMPETENCIAS SOCIALES Y CÍVICAS (CSC): Hacen referencia a las capacidades para relacionarse con las personas y participar de manera activa, participativa y democrática en la vida social y cívica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de los diferentes tipos de empresa. • Conocimiento de las funciones de la empresa en la sociedad. • Valoración de la RSC y de los valores éticos de la cooperativa. • Toma de decisiones de manera democrática. • Respeto a las opiniones de los compañeros y capacidad de llegar a consensos.
<p>SENTIDO DE LA INICIATIVA Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR (SIEE): Implica las habilidades necesarias para convertir las ideas en actos, como la creatividad o las capacidades para asumir riesgos y planificar y gestionar proyectos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud positiva ante los nuevos retos. • Transformación de una idea en un proyecto cooperativo. • Planificación y gestión del proyecto. • Definición de objetivos y especificación de tareas y pasos para conseguirlos.
<p>CONCIENCIA Y EXPRESIONES CULTURALES (CEC): Hace referencia a la capacidad para apreciar la importancia de la expresión a través de la música, las artes plásticas y escénicas o la literatura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del nombre y del logotipo de la cooperativa. • Elaboración de cartelería y técnicas de marketing. • Creatividad e innovación. • Preocupación por la calidad.

MÓDULO 3

¿CÓMO CONSTITUIMOS UNA COOPERATIVA ESCOLAR?

1. Formación de los grupos.
2. Análisis de la forma jurídica cooperativa.
3. Elección de la actividad de la cooperativa.
4. Estatutos sociales y órganos de gobierno.
5. Formas de financiación.



1. Formación de los grupos

¿Con cuántos alumnos constituimos la cooperativa?

El primer aspecto que hay que resolver a la hora de poner en marcha una cooperativa escolar es cómo formaremos los equipos que formarán la o las cooperativas.

De entrada hay dos opciones:

OPCIÓN A: La clase se divide en grupos y cada uno creará una cooperativa. Esto implica formar **grupos de entre 5 y 10 personas.**

OPCIÓN B: Toda la clase forma parte de la misma cooperativa.

En todos los casos:

- Los alumnos del grupo se complementan, todos aportan.

En la siguiente tabla podemos ver los aspectos positivos y negativos de cada opción:

	OPCIÓN A: GRUPO 5-10 PERSONAS	OPCIÓN B: GRUPO CLASE
ASPECTOS POSITIVOS +	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de adaptación a sus intereses.• Mayor implicación individual.• Es más fácil coordinarse y llegar a acuerdos.	<ul style="list-style-type: none">• Más capacidad total de producción.• Menos carga de trabajo por persona.• Posibilidad de realizar más actividades.
ASPECTOS NEGATIVOS -	<ul style="list-style-type: none">• Mayor responsabilidad individual.• Menos capacidad total de producción.	<ul style="list-style-type: none">• Es más difícil coordinarse y llegar a acuerdos.• Se diluye la responsabilidad individual.• Es más difícil detectar y resolver problemas.



¿Cómo hacemos los equipos?

En caso de que la opción elegida sea formar grupos pequeños, existen diferentes criterios para formar grupos:

- Grupos naturales creados por los alumnos según sus intereses y afinidades.
- Grupos creados por el profesorado.
- Grupos creados al azar o utilizando alguna técnica para la división.

Hay que tener en cuenta, en la hora de crear equipos para formar cooperativas escolares, que se tienen que cumplir estos **objetivos**:

1. Se tienen que crear **grupos funcionales**, que permiten el trabajo en el aula y llevar a cabo la actividad de la cooperativa.
2. Hay que conseguir **que todas las personas se sientan integradas**, importantes, valoradas e imprescindibles.
3. Hay que conseguir **que todas las personas asuman responsabilidades**.
4. Los **grupos** tienen que estar **equilibrados** y con todos los roles necesarios.

Por eso, hay que tener en cuenta algunas cuestiones que nos ayudarán a formar correctamente los grupos, como por ejemplo:

- Técnicas de formación de grupos, roles de equipo, que veremos en el punto siguiente.
- Espíritu emprendedor (creatividad, iniciativa, autonomía, perseverancia, responsabilidad, espíritu positivo, capacidad de decisión y de asumir riesgos, adaptabilidad, solidaridad, etc.)
- Autoconocimiento personal de los propios intereses, aptitudes y motivaciones por parte del alumnado.

Técnicas de formación de los grupos

Una de las herramientas que tenemos a nuestro alcance para la creación de los equipos es el **Método de los nueve Roles de Equipo Belbin**.

Belbin identificó nueve comportamientos diferentes (o contribuciones) que las personas muestran en el puesto de trabajo.

Al identificar nuestros Roles de Equipo, nos aseguramos de utilizar nuestras fortalezas de la manera más ventajosa posible y de gestionar nuestras debilidades lo mejor que podamos.

Los equipos de éxito necesitan una combinación adecuada de personas en ellos, de tal manera que los comportamientos asociados a los nueve Roles de Equipo estén representados.

¡Pero eso no quiere decir que necesitas nueve personas en cada equipo! La mayoría de las personas se sienten cómodas ejerciendo dos o tres Roles de Equipo (Roles altos), pueden asumir otros tantos si les resulta necesario (Roles medianos) y el resto prefieren no adoptarlos en absoluto (Roles bajos).

<https://www.belbin.es/roles-de-equipo/>



Según BELBIN las personas pueden ser:

1

INVESTIGADORA DE RECURSOS

Es una persona extrovertida, entusiasta, comunicativa, que ve las oportunidades y desarrolla contactos.

Puede ser demasiado optimista y puede perder el interés cuando el entusiasmo inicial ha desaparecido.

Puede olvidarse de dar seguimiento a las iniciativas.

2

COHESIONADORA

Es una persona cooperadora, perceptiva, diplomática, que escucha e impide los enfrentamientos.

Puede ser indecisa en situaciones cruciales y puede tender a evitar los enfrentamientos.

Puede dudar a la hora de tomar decisiones poco populares.

3

COORDINADORA

Es una persona madura, segura de sí misma. Identifica el talento. Aclara las metas. Delega eficazmente.

Puede ser percibida como una persona manipuladora y puede descargarse de su trabajo personal.

Puede delegar en exceso, dejando para sí mismo poco trabajo que hacer.

4

CEREBRO

Creativa, imaginativa, librepensadora. Genera ideas y resuelve problemas difíciles.

Puede ignorar los incidentes y puede estar demasiado entusiasmada como para comunicar eficazmente.

Puede ser despistada y ensimismada.

5

MONITORA EVALUADORA

Seria, perspicaz y estratega. Percibe todas las opciones y juzga con exactitud.

En ocasiones carece de iniciativa y de habilidad para inspirar a otros. Puede ser excesivamente crítica.

Puede ser lenta en la hora de tomar decisiones.

6

ESPECIALISTA

Libre, independiente, con intereses limitados. Aporta calidades y conocimientos específicos.

Puede contribuir solo en áreas muy limitadas y desahogarse en tecnicismos.

Puede saturar al grupo con una gran cantidad de información.

7

IMPULSORA

Retadora, dinámica, trabaja bien bajo presión. Tiene iniciativa y coraje para superar obstáculos.

Puede ser propensa a provocar y puede ofender los sentimientos de la gente.

Puede volverse agresiva y malhumorada en su afán de conseguir que las cosas se hagan.

8

IMPLEMENTADORA

Práctica, de confianza, eficiente. Transforma las ideas en acciones y organiza el trabajo que tiene que hacerse.

Puede ser inflexible y lenta a responder a nuevas posibilidades.

Puede ser lenta en la hora de renunciar en sus planes en favor de cambios positivos.

9

FINALIZADORA

Cuidadosa, concienzuda, ansiosa. Busca los errores. Pule y perfecciona.

Puede tender a preocuparse excesivamente y ser reacia a delegar.

Puede ser acusada de llevar su perfeccionismo al extremo.

TRABAJO EN EL AULA

Para poner en práctica este método llevaremos a cabo estas fases:



Explicaremos al alumnado los diferentes roles que forman un equipo. Por parejas los pedimos que señalen qué roles se adecuen más a ellos y al compañero, y finalmente, observamos qué roles coinciden. Lo más adecuado será crear los grupos con gente con diferentes roles.

MATERIAL COMPLEMENTARIO

- ANEXO 3: 9 Roles de Equipo Belbin.

PLANTILLA DE EJERCICIO PARA HACER CON EL ALUMNADO

Elige tres roles de equipo de Belbin con los que te identificas y tres roles que puedan definir a tu compañero o compañera.

MI NOMBRE:	NOMBRE COMPAÑERO/A:

A continuación se pondrán en común todos los roles:

NOMBRE	INVESTIGADORA	COHESIONADORA	COORDINADORA	CEREBRO	MONITORA EVALUADORA	ESPECIALISTA	IMPULSORA	IMPLEMENTADORA	FINALIZADORA
TOTAL									



FORMAS JURÍDICAS

EMPRESAS SOCIETARIAS

EMPRESAS INDIVIDUALES

EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL

CAPITALISTAS

PERSONALISTAS

COOPERATIVA

SOCIEDAD LABORAL

SOCIEDAD ANÓNIMA

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

SOCIEDAD COMANDITARIA

COLECTIVA

Mínimo 2 socios

Mínimo 2 socios

Mínimo 1 socio

Mínimo 1 socio

Mínimo 2 socios

Mínimo 2 socios

No hay capital mínimo

No hay capital mínimo

Capital mínimo 60.000 euros

Capital mínimo 3.000 euros

No hay capital mínimo

No hay capital mínimo

Responsabilidad limitada en el capital aportado a la sociedad

Responsabilidad limitada en el capital aportado a la sociedad

Responsabilidad limitada en el capital aportado a la sociedad

Responsabilidad limitada en el capital aportado a la sociedad

El socio se responsabiliza con todos sus bienes presentes y futuros

El socio se responsabiliza con todos sus bienes presentes y futuros

1 socio

No hay capital mínimo

El socio se responsabiliza con todos sus bienes presentes y futuros

2. Análisis de la forma jurídica cooperativa

¿Qué forma jurídica utilizaremos para nuestra actividad?

En el cuadro de la página anterior tienes las diferentes formas jurídicas y sus diferencias en cuanto a:

- Número mínimo de personas socias.
- Capital mínimo a aportar.
- Responsabilidad de las personas socias.

COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO (CTA)

Tipología específica de cooperativa que asocia personas que aportan su trabajo y realizan una actividad económica.

Diferencias entre las Cooperativas de Trabajo Asociado y las empresas capitalistas

	EMPRESA DE CAPITAL (S.A., S.L.)	CTA
Poder, participación	En función del capital aportado	Una persona un voto
Distribución de los resultados	En función del capital aportado	En función del trabajo
Fin de la actividad económica	Máximo beneficio	Resultado subordinado al bienestar social

LA COOPERATIVA

Una cooperativa es una agrupación voluntaria de personas (socias) que explotan una empresa colectiva donde los resultados se reparten en función de la participación en la actividad realizada.

- El capital a aportar se determina en los Estatutos.
- Número mínimo de socios: 2 o 3
- Responsabilidad limitada en el capital aportado.
- Reciben ayudas y respaldo para su constitución porque son empresas de economía social.
- Tienen una función social.

Los principios cooperativos¹

Valores por los cuales se guía la actuación de las cooperativas.

1. Adhesión voluntaria y abierta
2. Gestión democrática
3. Participación económica de los socios
4. Autonomía e independencia
5. Educación, formación e información
6. Cooperación entre cooperativas
7. Interés por la comunidad

¹ Los principios cooperativos se verán con más detalle en el módulo 4.

3. Elección de la actividad de la cooperativa

¿Cómo lo hacemos?

A la hora de elegir la actividad de nuestra cooperativa escolar tendremos en cuenta los siguientes aspectos:

- Tiene que ser una actividad interesante y motivadora.
- Que aporte valor: al alumnado, en el centro escolar, en la comunidad.
- Que permita el aprendizaje.
- Que sea sostenible.
- Que se pueda trabajar durante todo el curso escolar.

- Competencias sociales y cívicas
- Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor
- Aprender a aprender

- Competencia en comunicación lingüística

- Conciencia y expresiones culturales
- Competencia digital
- Aprender a aprender

- Competencias sociales y cívicas
- Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor

LA IDEA DE
NEGOCIO Y EL
PLAN DE EMPRESA

| 1

- Idear, lluvia de ideas.
- Valorar pros y contras de cada idea.
- Escoger democráticamente intentado llegar al consenso.

NOMBRE, RAZÓN
SOCIAL Y NOMBRE
COMERCIAL

| 2

- Idear, lluvia de ideas.
- Valorar pros y contras de cada idea.
- Escoger democráticamente intentado llegar al consenso.

LOGOTIPO,
MARCA,
IMAGEN CORPORATIVA

| 3

- ¿Qué queremos transmitir? ¿A qué público nos dirigimos?
- Estudiar los elementos y características de los logotipos.

ELEMENTOS Y
ESTRUCTURA DE LA
EMPRESA, ORGANIGRAMA

| 4

- Es la representación gráfica de la estructura de la cooperativa.
- Refleja cómo se organiza la actividad.
- Pueden ser verticales, horizontales, mixtas, circulares, colaborativas, etc.

MATERIAL COMPLEMENTARIO

- ANEXO 4: Diapositiva con esquema de las tareas a desarrollar para montar la cooperativa

HAY QUE TENER EN CUENTA...

PARA LA ACTIVIDAD

A la hora de elegir la actividad de nuestra cooperativa escolar tendremos en cuenta los siguientes aspectos:

- Tiene que ser una actividad interesante y motivadora.
- Que aporte valor: a los alumnos, en el centro escolar, en la comunidad.
- Que permita el aprendizaje.
- Que sea sostenible.
- Que se pueda trabajar durante todo el curso escolar.



PARA EL NOMBRE

El nombre de una empresa no sirve solo para diferenciarse del resto. Un buen nombre consigue que el consumidor confíe y se sienta identificado con sus productos. Una empresa puede tener uno o más nombres:

- **Denominación social:** reconocida en todas sus relaciones con otras empresas.
- **Nombre comercial:** diferencia a una empresa de otras. Nombre por el cual es conocida la empresa.

EN MUCHOS CASOS LA DENOMINACIÓN SOCIAL Y EL NOMBRE COMERCIAL COINCIDEN.

El nombre de la empresa tiene que ser:

- Corto y fácil de recordar. Ejemplo: "iPhone"
- Único y creativo. Ejemplo: "Rastreator"
- Positivo (incluso en otros idiomas). Ejemplos: "Amena", "Uni2", "VivaTours"...
- Que se pueda relacionar con lo que hace la empresa. Ejemplo: "Consum", "Don Limpio"...

PARA LA MARCA

Es importante que nuestra empresa tenga una marca, logotipo o imagen corporativa:

- Nos da coherencia.
- Nos diferencia de las otras empresas.
- Hace que nuestros clientes nos reconozcan fácilmente.
- Refleja los valores y la personalidad de la empresa.

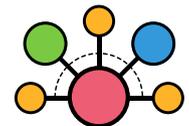
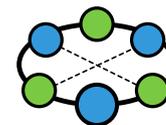
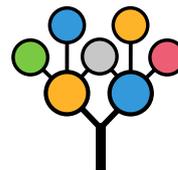
PARA EL ORGANIGRAMA

En una empresa se establecen dos tipos de relaciones entre los puestos de trabajo existentes:

- **Relaciones verticales:** vínculos jerárquicos de mando y subordinación en función del grado de responsabilidad.
- **Relaciones horizontales:** aparecen por la necesidad de coordinar las tareas entre diferentes puestos de trabajo o departamentos.

El organigrama reflejará estas relaciones, porque es la representación gráfica de la estructura de una empresa en la cual se ponen de manifiesto las relaciones existentes entre las diferentes partes que la componen. Hay organigramas:

- Verticales
- Horizontales
- Circulares
- Colaborativos





4. Estatutos sociales y órganos de gobierno

¿Qué son los estatutos?

Las Cooperativas regulan su funcionamiento a través de los Estatutos, aprobados por la Asamblea General.

Los estatutos en una cooperativa son las normas fundamentales que van a regir en la empresa, son el alma de cualquier sociedad, pero la mayoría de las veces los emprendedores optan por el camino fácil del modelo estándar. A la larga, surgen los problemas. De aquí la importancia de incluir cláusulas específicas. Tiene que aparecer todo por escrito para poder cumplirlo después.

¿Qué incluyen los estatutos?

- Denominación, domicilio y actividades de la cooperativa.
- Socios: Derechos y obligaciones.
- Órganos de la sociedad: Asamblea General y personas que formarán el Consejo Rector.
- Régimen económico: aportaciones, responsabilidad, cuentas.
- Motivos de disolución y liquidación de la cooperativa.

Órganos de gobierno

- **Consejo Rector:** Órgano de gobierno, representación y gestión de la cooperativa. Los estatutos regulan su composición. Las figuras representadas son, normalmente, la presidencia, la secretaria y la tesorería, pero cada cooperativa puede elegir sus propias. Los miembros son elegidos por la Asamblea General.
- **Asamblea General:** Compuesta por todos los socios, es la máxima expresión de la voluntad social de la cooperativa.

Qué conseguimos con los Estatutos y los órganos de gobierno?

- Entender la importancia de la existencia de normas y respetarlas.
- Aplicar los valores cooperativos: igualdad, participación, solidaridad, formación...
- Practicar la gestión democrática.
- Comprender la necesidad de regular la actividad económica.

Ejemplo de estatutos de cooperativas escolares:

Estatutos de la cooperativa Big Kids Coop. V.

Información General

Artículo 1.- Denominación social: Esta cooperativa actuará y firmará bajo el nombre de Big Kids Coop. V.

Artículo 2.- Domicilio Social: C/ 578 N°2 46182 València.

Artículo 3.- Objeto Social: Aprendizaje cooperativo y para financiar las posibles actividades que representen un coste, entre ellas el próximo viaje de Comité Europa.

Artículo 4.- Duración: Ilimitada. Hasta que los miembros decidan disolver la cooperativa.

Artículo 5.- Beneficios: De los beneficios "brutos" se dedicará un 15% a actividades solidarias, a decidir por la Asamblea General a propuesta del Consejo Rector. El resto se repartirá entre todos los socios en partes iguales.

Normas de asociación

Artículo 6.- Requisitos para ser socio/a: Estudiar o trabajar en el domicilio social de la cooperativa, pertenecer al grupo de la 24 promoción, y aportar el capital obligatorio.

Artículo 7.- Aportaciones de capital: Cada miembro que desee participar en la cooperativa tendrá que aportar cuatro euros (4€). En caso de que uno de los integrantes quisiera dejar la cooperativa, cobrará un 75% de lo que ha invertido inicialmente, pero si no lo ha dejado voluntariamente, es decir si ha sido expulsado no cobrará, pagando por su expulsión.

Artículo 8.- Derechos y deberes de los socios/as: Todo miembro de la cooperativa tendrá que beneficiarla continuando el trabajo, vendiendo productos o haciendo publicidad de nuestra cooperativa cada día. Ninguna persona socia de la cooperativa podrá ser discriminada por cuestiones político-partidarias, religiosas, de nacionalidad o género, quien discrimine será expulsado o sancionado. Toda persona socia tiene derecho a participar en las actividades de la cooperativa, a tener voz y voto en la Asamblea General, a elegir y ser elegida para algún cargo social y a participar en el reparto de beneficios. Toda persona socia tendrá obligación de asistir a las Asambleas Generales acatando las decisiones adoptadas por la mayoría así como participar en las diferentes actividades promocionadas por la propia Cooperativa.

Artículo 9.- Motivos de penalización o expulsión: En caso de que una persona socia rompa o robe algún producto o material, tendrá que pagar el coste de este objeto, si se desconoce quién lo ha roto se pagará entre todos. Si no se sabe el coste exacto del objeto, se aproxima y se paga entre todos. En caso de hurto de algún objeto se expulsará de la cooperativa y se le obligará a pagar el coste de este objeto o producto. Si un socio/a es expulsado no tendrá derecho a participar en los beneficios ni a recibir el capital invertido.

Órganos de representación

Artículo 10.- Los órganos de representación son: La Asamblea y el Consejo Rector.

Artículo 11.- La ASAMBLEA está formada por todas las personas socias. Se reunirá, al menos, una vez al mes y será válida siempre que haya al menos la mitad más uno (mínimo 16). La convoca el Consejo Rector cuando estima conveniente. Lo tendrá que convocar, además, cuando lo solicitan al menos 10 socios.

Artículo 12.- EL CONSEJO RECTOR está formado por tres miembros de la cooperativa, de los cuales uno asumirá la presidencia, otro la secretaría y otro la tesorería. Se renovará cada seis meses. Tiene obligación de asistir a todas las Asambleas, convocarlas y dirigir las. Se reunirá, al menos, 2 veces al mes. Será el encargado de velar por la buena convivencia y actuar en casos de conflicto.

Artículo 13.- Presidencia: Preside la Asamblea y el Consejo Rector. Representa a la Cooperativa ante terceros. Su voto puede romper un empate.

Artículo 14.- Secretaría: Se encarga de redactar actas (del Consejo y la Asamblea) guardarlas y mantener informados al resto de los socios/as. Tendrá al día el registro de socios. Se encarga de las órdenes del día de la Asamblea General.

Artículo 15.- Tesorería: Se hace cargo del control del dinero e informa de esto a la cooperativa. Tendrá al día el registro de aportaciones de capital. Presentará las cuentas como mínimo cada seis meses, y al cambio del Consejo Rector.

Disolución de la Cooperativa

Artículo 16.- La disolución se realizará por acuerdo de la Asamblea General cuando la situación así lo requiera, necesitando el voto favorable del 70% de los socios en activo. El Consejo rector será el encargado de devolver el capital a las personas socias y hacer el reparto de existencias (tanto monetarias como de productos).

Artículo 17.- Para cualquier conflicto o situación no recogida en los presentes estatutos asumimos la autoridad de la persona que sea nuestra tutora de grupo y de la cooperativa Escuela 2 quién actuará, además, como entidad de crédito, registro cooperativo y tribunal de conflictos.



MATERIAL COMPLEMENTARIO

- ANEXO 5: Diapositivas de estatutos y órganos de gobierno.
- ANEXO 6: Modelo de estatutos.
- HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE LOGOTIPOS: <http://www.inventosnuevos.com/crear-logos-gratis/>
<https://logotipogratis.com/>
- TALLER DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN de la Junta de Andalucía: <http://cort.as/-clue>
- TALLER DE IMAGEN CORPORATIVA Y LOGOTIPO: <http://cort.as/-CLUUp>

5. Formas de financiación

¿Donde conseguimos el dinero para poner en marcha nuestra cooperativa?

Para llevar a cabo nuestra actividad, necesitamos dinero.

Las diferentes formas que tenemos de conseguir estos recursos son:



- **Utilizar el capital propio**

La primera fuente de financiación que tendrá nuestra cooperativa será el Capital Social, que aportan las personas socias cuando se constituye la cooperativa escolar.

El capital social que normalmente pone el alumnado va de los 3€ a los 10€ por persona, según el tipo de cooperativa.

Este tipo de financiación es menos arriesgado porque no comporta la obligación de pagar intereses ni de devolver el dinero.

Siempre es recomendable al iniciar un negocio, utilizar capital propio, al menos en la etapa de la creación, y ya más adelante, cuando el negocio empieza a crecer, se pueden utilizar otras fuentes externas de financiación.

No obstante esto, cuando nuestro capital propio no es suficiente, es posible combinar este con las fórmulas que veremos a continuación.



- **Pedir a los familiares y/o amigos**

Si no contamos con suficiente capital propio, una buena alternativa para financiar la creación de un negocio es pedir dinero prestado a familiares y amigos, los cuales es muy probable que acepten si es que son conscientes de nuestra capacidad y responsabilidad.

La ventaja de este tipo de financiación es que en general no estamos obligados a pagar intereses (aunque por nuestra cuenta, cuando empiezan a haber beneficios, podemos retribuirles económicamente la confianza depositada en nosotros) ni estamos obligados a tener que devolver el dinero tan pronto, lo cual nos permite trabajar tranquilamente en la creación de nuestro nuevo negocio.



- **Pedir un préstamo en el banco y otras entidades financieras**

Otra forma de financiación para la creación de un negocio es solicitar dinero prestado al banco o a una entidad de crédito.

Este tipo de financiación es un poquito complicada de acceder, puesto que los bancos suelen otorgar créditos solo a negocios en marcha y con determinada experiencia en el mercado, y no a negocios que empiezan.

Sin embargo, acceder a un crédito bancario para iniciar un nuevo negocio no es imposible, si contamos con buena reputación crediticia, buenas referencias comerciales o una atractiva idea de negocio, apoyada por la elaboración de un buen plan de negocio.

La desventaja de este tipo de financiación es que suele tener un coste del préstamo (tasa de interés) elevado.



MÓDULO 4

EL COOPERATIVISMO Y LA ECONOMÍA SOCIAL

1. La cooperativa: un modelo diferente
2. Los orígenes del cooperativismo
3. El cooperativismo escolar
4. Los principios cooperativos
5. La economía social





1. La cooperativa: un modelo diferente

Las cooperativas son organizaciones de base colectiva que no sólo se preocupan por las cuestiones económicas, sino también de las necesidades de sus miembros y la calidad de vida en sus comunidades. Las cooperativas difieren de otras empresas en cuatro aspectos principales:

- **Un propósito diferente:** El propósito principal de las cooperativas es **satisfacer las necesidades de sus miembros**, mientras que el propósito principal de la mayoría de las empresas inversoras es maximizar el beneficio para los accionistas.
- **Funcionamiento democrático:** Las cooperativas utilizan el sistema democrático **"una persona = un voto"**, y no el sistema de un voto por acción utilizado por las empresas de capital. Esto ayuda a la cooperativa a servir a la necesidad común, más que a la individual, y es una manera de garantizar que las personas, y no el capital, controlan la empresa.
- **Una asignación diferente al lucro:** En las cooperativas, **los beneficios se distribuyen en base al uso que hacen los socios y socias de la cooperativa**, no en función del número de acciones que poseen. Las cooperativas también tienden a **invertir sus beneficios en la mejora de servicio a sus miembros y promover el bienestar de sus comunidades**.
- **Importancia de los valores:** Las cooperativas están basadas en los **principios cooperativos** que son: la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad. En la tradición de sus fundadores, los socios cooperativistas hacen sedes los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social.

2. Los orígenes del cooperativismo

El cooperativismo nace en el siglo XIX como movimiento social en Inglaterra con la Revolución Industrial. En este periodo se producen importantes cambios económicos, sociales y tecnológicos al pasar de una economía rural basada en la agricultura, el comercio y la artesanía a una economía urbana, industrializada y mecanizada. Surgió el capitalismo y la división de las clases sociales: por un lado, los propietarios de los medios de producción que se enriquecían y, por otra, la masa obrera, hombres y mujeres explotados, mal pagados, forzados a trabajar más de 15 horas diarias y en condiciones de miseria.

Los efectos negativos de la Revolución Industrial afectaron especialmente a los trabajadores y trabajadoras de la ciudad inglesa de Rochdale, que para mitigar los problemas sociales se reunían para buscar formas de organización que los ayudaran a resolver sus necesidades comunes.

Así, en 1844, un grupo de **27 hombres y 1 mujer** conocidos como a los **Pioneros de Rochdale**, montaron la primera cooperativa del mundo después de quedarse sin trabajo por hacer una huelga. La cooperativa se denominó **Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale** y era una cooperativa de consumo que distribuía entre sus socios los excedentes generados por su actividad. Alquilaron un pequeño almacén y empezaron a vender azúcar, mantequilla, harina, avena y velas. En esta primera cooperativa se definieron las bases doctrinales del movimiento cooperativo a nivel mundial: distribución equitativa de los beneficios, acceso a la educación, igualdad de derechos, un voto por persona y la no discriminación por edad, sexo, ocupación, credo político o religioso, etc.

Las 28 personas que fundaron la cooperativa aportaron un capital inicial de 28 libras esterlinas. Siete años después ya tenían 1.400 socios y 11.032 libras esterlinas de capital.

Después surgieron pensadores sociales como **Robert Owen** (Inglaterra, 1771-1858) que fue un gran impulsor del movimiento obrero británico y se convirtió en el padre del cooperativismo moderno; o **Charles Fourier** (Francia, 1772-1837), que tuvo la idea de eliminar los intermediarios y conectar directamente a los productores y consumidores. Otros muchos pensador hicieron aportaciones significativas al pensamiento cooperativista y se convirtieron en dirigentes de movimientos sociales como el mutualismo, el sindicalismo, el socialismo y el cooperativismo.

Los valores del cooperativismo se difundieron en todo el mundo. En Francia, Alemania, Italia, los países escandinavos y otros territorios aparecían casi simultáneamente nuevas formas de cooperación en el campo económico y social: cooperativas de crédito orientadas hacia los campesinos, cooperativas agrícolas, cooperativas de ahorro y crédito, orientadas principalmente para servir a los artesanos y pequeños industriales, cooperativas de producción y trabajo, cooperativismo de vivienda, seguros cooperativos, cooperativas sanitarias, artesanías, etc.

En España, y algunas de sus características son igualmente aplicables a Portugal, el cooperativismo de consumo, que aparece a finales del siglo XIX, tiene dos orientaciones: en el norte, principalmente en Cataluña, se desarrollan las cooperativas de consumo; en el centro y otras provincias la mayor expansión corresponde a las cooperativas del campo.

En València se crea la primera cooperativa en 1837 con los **"Granerers de Torrent"** y hay gran tradición de cooperativismo agrario desde principios del siglo XX.

Es importante poner de relieve que las cooperativas, en su proceso de desarrollo, casi desde el inicio del movimiento cooperativo, establecieron varias formas de integración y fue así como en 1895 se organizó en Europa la **Alianza Cooperativa Internacional (ACI)**.

3. El cooperativismo escolar

Las primeras experiencias surgieron en Francia al finalizar la Primera Guerra Mundial (1914-1917) con el profesor Barthelemy Profit, que después de observar el deplorable estado en el que habían quedado los centros educativos después de la guerra, propuso al alumnado agruparse en pequeñas cooperativas autogestionadas para adquirir mobiliario y material educativo. El alumnado voluntariamente formaba parte de estas cooperativas y contaba con un docente que hacía de guía o asesor para garantizar la democracia participativa.

Después, el modelo se expandió al resto de centros educativos de Francia.

En la segunda mitad del siglo XIX el cooperativismo escolar se expandió al resto del mundo.

MATERIAL COMPLEMENTARIO

- ANEXO 7: Diapositiva de los principios cooperativos



4. Los principios cooperativos

Desde su creación en 1895, la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) ha sido la autoridad definitiva en la definición de cooperativas y en la elaboración de los principios sobre los que se tendrían que basar. La Alianza ya había realizado dos declaraciones formales sobre los principios cooperativos, en 1937 en París y en Viena el 1966, basándose en los principios o reglas emanadas de la primera Cooperativa de Consumo de Rochdale a mediados del siglo XIX.

La Alianza Cooperativa Internacional, en su último Congreso de Manchester en septiembre de 1995, adoptó la **Declaración sobre la Identidad Cooperativa**, que incluye un conjunto revisado de principios que

pretenden guiar las organizaciones cooperativas a principios del siglo XXI. Tienen sus orígenes en la Cooperativa de Rochdale y en la Asociación Cooperativa Internacional.

Las cooperativas están basadas en los valores de la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad. En la tradición de sus fundadores, los socios cooperativistas hacen suyos los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social.

Los principios cooperativos son pautas mediante las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores.



PRINCIPIOS COOPERATIVOS

1.º Adhesión voluntaria

Las cooperativas son organizaciones voluntarias: son las socias y los socios quienes toman la decisión de formar parte. La cooperativa está abierta a todas las personas que pueden aportar su trabajo o usar los servicios o y que están dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socios, sin discriminación social, política, religiosa, racial o sexual.

2.º Gestión democrática por parte de los socios

Las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por sus socios y socias, que participan activamente en la fijación de las políticas de actuación y en la toma de decisiones. La participación supone el derecho y el deber de ser escogido para los cargos sociales de la cooperativa. La distribución de votos no se basa en el capital, sino que cada socio tiene un voto.

3.º Participación económica de los socios

Para formar parte de una cooperativa hay que aportar un capital, que se fija en los estatutos, la ley no fija ninguna cantidad mínima. Los socios gestionan el capital de manera democrática. La distribución de los excedentes se hace retribuyendo de manera principal la participación en la actividad cooperativizada, el trabajo en nuestros caso, no la participación en el capital.

4.º Autonomía e independencia

Las cooperativas son organizaciones autónomas, gestionadas por sus socios que tienen que mantener la libertad de controlar su propio destino.

5.º Educación, formación e información

Las cooperativas proporcionan educación y formación a los socios y socias y a los trabajadores para que puedan contribuir al desarrollo de sus cooperativas de una manera eficaz. También informan al gran público (entorno), especialmente los jóvenes y los líderes de opinión, de la naturaleza y beneficios de la cooperación.

6.º Cooperación entre cooperativas

Las cooperativas sirven a sus socios y socias de una manera eficaz y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

7.º Interés por la comunidad

Las decisiones que toma la cooperativa tienen que ser responsables con el entorno en que está situada y promover la participación en el desarrollo de la comunidad.

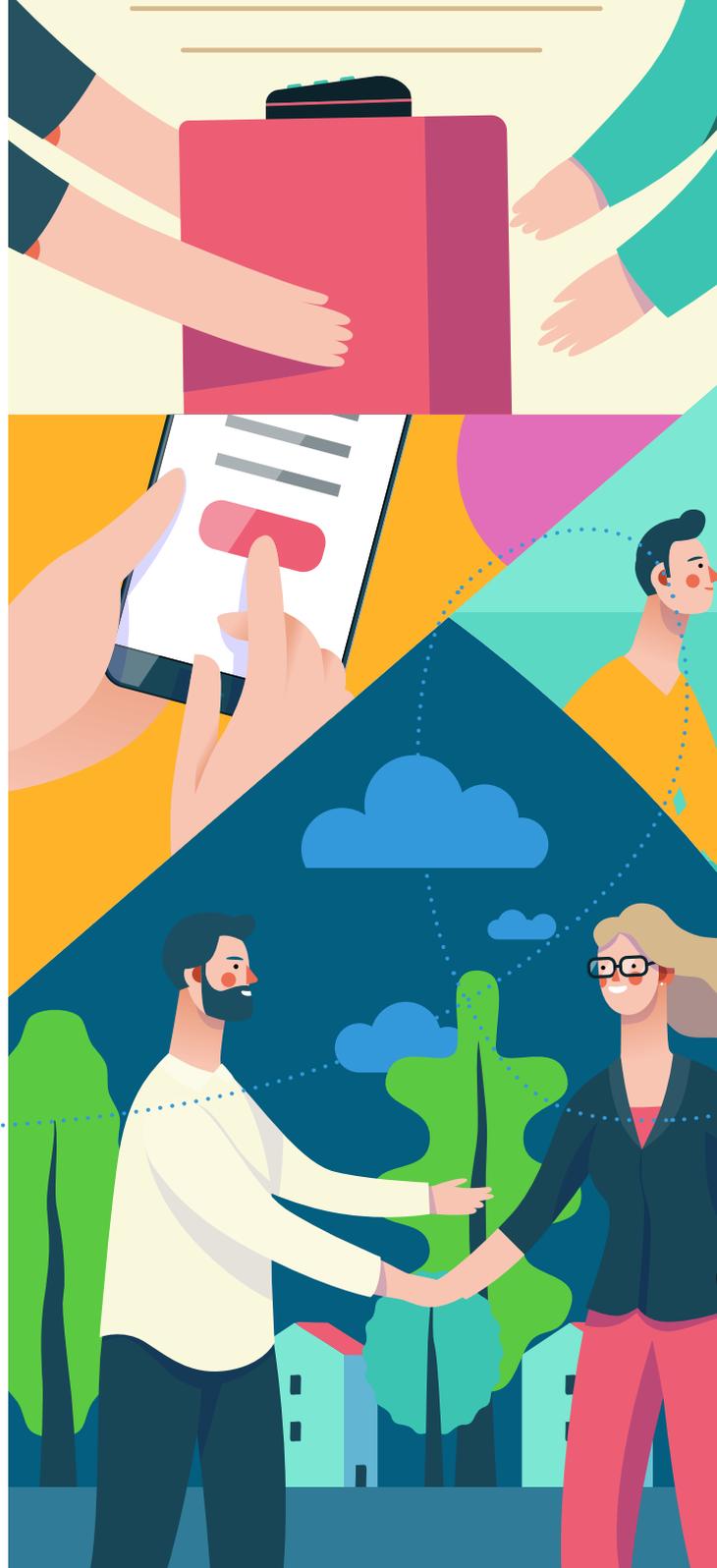
5. La economía social

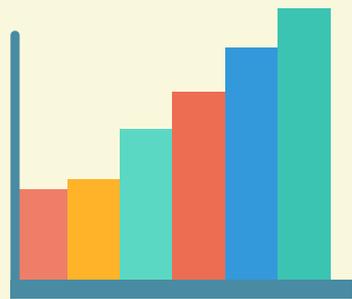
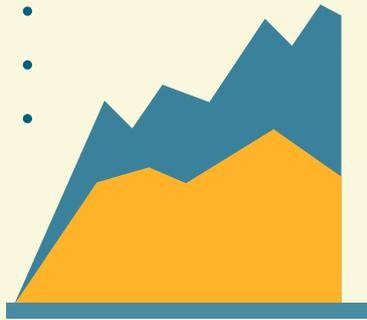
La economía social es la parte de la economía situada entre el sector público y el sector privado tradicional capitalista. Se caracteriza por el objetivo de **servir al interés de sus miembros y la colectividad, de organizarse democráticamente y de distribuir sus beneficios de acuerdo con criterios que priman las personas y el factor trabajo antes que el capital.**

Las formas empresariales que tradicionalmente se ha considerado que integran la economía social son las cooperativas en todas sus formas, las mutualidades, las asociaciones y las fundaciones. En Europa existen Leyes de Economía Social, como España, la primera que fue aprobada a Europa, en Portugal, Grecia, Francia y Rumanía. En Europa la economía social representa más de 14 millones de personas trabajadoras según el informe de CIRIEC-EESC.

En los últimos años han surgido nuevas denominaciones para este sector empresarial protagonizado por la sociedad civil y concebido para servir el interés general de las comunidades donde se ha desarrollado, como el tercer sector, la economía social y solidaria y las empresas sociales. La economía feminista tiene la voluntad de erradicar las desigualdades de poder por razón de género al trabajo, luchando por la equidad de género y la corresponsabilidad social. Por eso, el punto de vista de la economía feminista se incluye en la economía social y solidaria.

COOPERATIVAS
MUTUALIDADES
ASOCIACIONES
FUNDACIONES





MÓDULO 5

EJEMPLOS DE COOPERATIVAS ESCOLARES

1. Cooperativas escolares en primaria
2. Cooperativas escolares en secundaria

1. Cooperativas escolares en primaria

EL DRAC: COOPERATIVA "CREANT SOMRIURES"

Escuela EL DRAC es una cooperativa educativa ubicada en el Vedat de Torrent (València) y uno de los proyectos de cooperativa escolar que han desarrollado se llama "Creant somriures".

Esta cooperativa nació por la motivación del alumnado de **6.º de Primaria** que querían hacer manualidades y su profesor propuso formar una cooperativa para producir y vender manualidades dentro y fuera del centro.

Características

- Está formada por 15 niños y niñas.
- Tiene un carácter voluntario.
- Se hace en horario extraescolar: patios, horas libres, en casa...
- La redacción de estatutos y las reuniones de la Asamblea General se hacen con la ayuda del profesor.
- Tienen una hoja de cálculo donde reflejan los ingresos y los gastos.
- Destinan el 100% de los beneficios en una ONG.

Actividades que realizan

- Formación sobre manualidades.
- Compras de material.
- Producción de las manualidades.
- Cartelería.
- Venta de sus productos en la escuela y también fuera del centro.



2. Cooperativas escolares en secundaria

FLORIDA SECUNDARIA: PROYECTOS DE MINIEMPRESA

Florida Secundaria es un centro concertado de Educación Secundaria y Bachiller ubicado en Catarroja, municipio del área metropolitana de València que cuenta con 18 grupos clase. Forma parte de una cooperativa educativa en la que también se imparten ciclos formativos y estudios universitarios.

El objetivo es que el alumnado adquiera y desarrolle conocimientos y capacidades emprendedoras, al tiempo que estimula su curiosidad por la actividad empresarial.

El proyecto se organiza alrededor de la planificación y realización de un proyecto de miniempresa: la creación de una cooperativa de compra y venta de productos. De este modo, se relaciona el mundo de la educación con el mundo de la empresa, mediante una metodología práctica e innovadora que combina el trabajo individual con el trabajo realizado en equipo.

El conjunto de actividades que pueden desarrollarse en el aula como la observación y la exploración del entorno, la planificación y organización del trabajo, la realización de diferentes trabajos, la asunción de responsabilidades y la toma de decisiones propias de la actividad empresarial, son acciones que posibilitan la adquisición de aprendizajes significativos, útiles para el desarrollo personal y profesional del alumnado, que contribuyen además al desarrollo de la autonomía e iniciativa personal.

Estos proyectos se desarrollan dentro del programa **"Empresa Joven Europea" (EJE)**, un proyecto educativo que se desarrolla desde el curso escolar 1999-2000 y se integra dentro del Programa de Fomento de Cultura Emprendedora, diseñado por **Valnalón Educa** para el desarrollo de capacidades emprendedoras en diferentes etapas del sistema educativo y está dirigido a alumnado de 3.º y 4.º de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos.

EJE propone al alumnado crear y gestionar su propia mini-empresa, tomando la forma jurídica de sociedad cooperativa. Esta establecerá relaciones comerciales con mini-empresas de otras comunidades autónomas o países con el objetivo de "importar" y "exportar" productos entre sí. Los productos importados son comercializados al mercado local para posteriormente analizar los resultados y repartir los beneficios obtenidos, igual que cualquier empresa real.



MINIEMPRESA Formada por 24 alumnos de 3.º de ESO divididos en dos grupos de 12 personas.

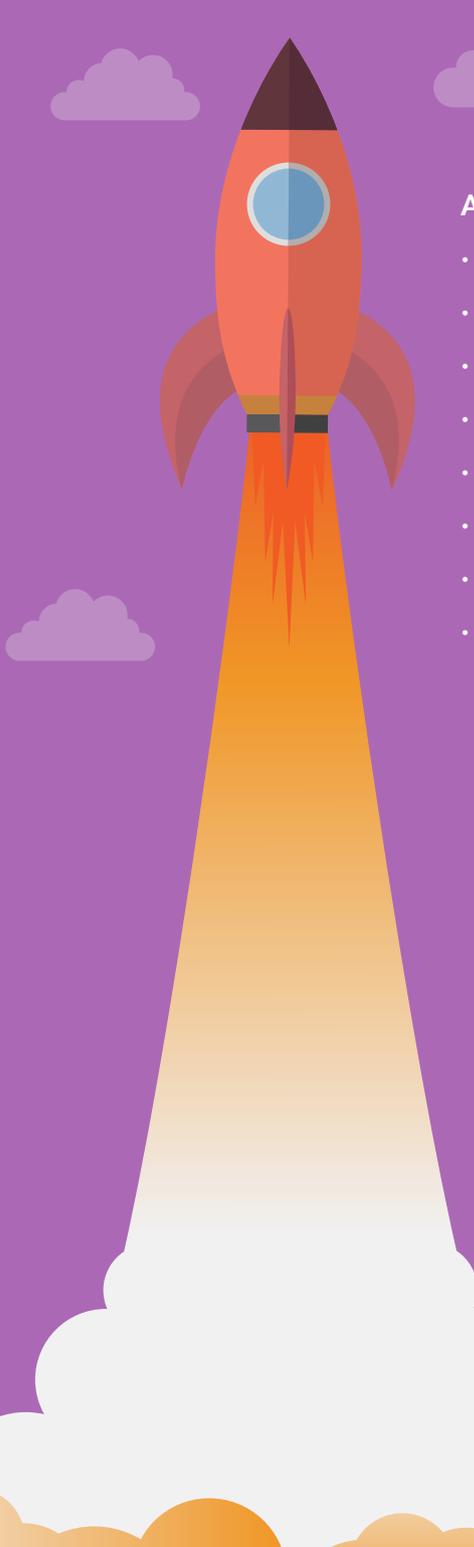


Los organizadores del proyecto EJE les asignan otra empresa asociada con la cual intercambian productos:

ESPERTEYU de El Entrego (Astúries)

SEIGAZTE de Elizondo (Navarra)





Actividad:

- Investigación de mercados para conocer a sus clientes.
- Contacto con proveedores del entorno. Negociación de precios y condiciones.
- Diseño de catálogos y folletos publicitarios.
- Asistencia a mercados: solicitud de permisos.
- Fijación de precios y márgenes comerciales: costes.
- Animación de puntos de venta.
- Utilización de servicios bancarios: apertura de cuentas, transferencias, préstamos.
- Elaboración de documentos de la compra-venta: pedidos, albaranes, facturas.

¿Qué han aprendido?

- Conceptos de la vida cotidiana que van a servir en un futuro.
- Nociones del funcionamiento del mundo empresarial.
- A tratar con personas del ámbito comercial: proveedores, clientes, bancos, empresas de transporte.
- A planificar los pagos y cobros y buscar financiación cuando es necesario.
- A solucionar los inconvenientes que van saliendo.
- A tomar decisiones correctas.
- A respetar el trabajo y las opiniones de los otros.
- A organizarse y repartir el trabajo.

MARTÍ SOROLLA: PROYECTO EMPRENDE

El Colegio Plurilingüe Martí Sorolla es un centro privado concertado que ofrece todas las etapas escolares desde infantil hasta bachillerato. Se encuentra en el barrio de Malilla de la ciudad de València, próximo a la estación de Renfe y a la pista de Silla. Pertenece a Grupo Sorolla, empresa cooperativa de reconocido prestigio en el sector educativo. Esta empresa es titular de cuatro centros de enseñanza reglada con más de tres mil alumnos en la Comunidad Valenciana.

La meta del **Proyecto Emprende**, consiste a realizar por equipos el plan de viabilidad de una empresa ficticia creada y gestionada por el alumnado. Esta empresa tiene que ser innovadora, tecnológica y respetuosa con el medio ambiente y la sociedad que lo rodea. Aunque esta empresa es a priori ficticia, se estudia para un entorno totalmente real, por lo tanto, todas sus características tienen que adaptarse al contexto de la sociedad en la cual vivimos.

El alumnado de bachillerato está muy cerca de acabar sus estudios de secundaria y pronto empezarán su etapa universitaria o de formación profesional superior, y es fundamental que se conviertan en personas autónomas y responsables, capaces de asumir decisiones y llevar a cabo un proyecto común. Por todo esto, el primer objetivo es fomentar el trabajo en equipo y la toma de decisiones conjunta, siempre en un contexto real donde el uso de las nuevas tecnologías es vital para producir información y saber gestionarla con criterio.

El segundo objetivo es aplicar la teoría de la asignatura Economía de la Empresa a un caso práctico concreto a través de un elemento motivador que además ayudará a consolidar los contenidos.

Charlas con personas expertas

Otro elemento motivador es la charla con personas expertas, que acuden al aula para explicar sus experiencias profesionales en varios campos de la empresa. La opinión de estas personas siempre es enriquecedora para el alumnado, porque ayuda a tener diferentes visiones del ámbito empresarial.

Concursos, premios y reconocimientos

Finalmente, se anima al alumnado a adaptar su proyecto para poder presentarlo a los diferentes **concursos de emprendedores** que organizan las universidades, cámaras de comercio u otros organismos. Pueden ganar premios y un reconocimiento para su futuro profesional. De esta forma, se permite que tomen de nuevo sus propias decisiones y que elijan los concursos que crean convenientes para adaptar su trabajo.

Algunas de las ideas empresariales del alumnado de este centro han sido premiadas en diferentes ediciones del concurso empresarial de la Universitat de València:

EMPRESA "MENJA I DORM" Finalista Emprendedores Univ. de València (año 2015)

Un restaurante situado en el centro de la ciudad, donde sus comensales pueden aprovechar para descansar después de comer. Se dirige a trabajadores de oficina que disponen de poco tiempo para ir a comer a casa, pero demasiado para comer en un restaurante próximo.

EMPRESA "KAOS" 2º premio Emprendedores Univ. de València (año 2016)

Empresa dedicada a la lucha contra el estrés. Se trata de un centro donde pueden realizar varias actividades para reducir el nivel de estrés, como risoterapia, lanzar pintura, romper objetos de cerámica, lucha de espuma, etc. Además, realiza una labor medioambiental de reciclaje.

SECUENCIACIÓN

OCTUBRE (4 SESIONES)

Formación de los equipos. Ideas de Negocio. Tipo de empresa. Valoración del entorno.

NOVIEMBRE (4 SESIONES)

Plan de marketing:

- Diseño del producto/servicio
- Marca, imagen de marca
- Previsión de ventas
- Canal de distribución
- Transporte y logística
- Cálculo del precio
- Estrategia de comunicación (mensaje, creación, apoyo..)

DICIEMBRE Y ENERO (5 SESIONES)

Plan de producción:

- Localización e instalaciones
- Descripción del proceso productivo
- Aprovisionamiento

Plan de RRHH:

- Establecer las necesidades de Recursos Humanos en cada departamento de la empresa.
- Definición de puestos de trabajo por grupos.

FEBRERO (4 SESIONES)

Plan económico-financiero:

- Cronograma y puesta en marcha.
- Presupuesto de marketing.
- Costes de producción.
- Costes de personal.
- Elaboración de balances iniciales y cuentas de resultados de los tres primeros ejercicios.
- Presentación de un plan de tesorería con detalle mensual del primer ejercicio.
- Determinación de la viabilidad económico-financiera.

MARZO (4 SESIONES)

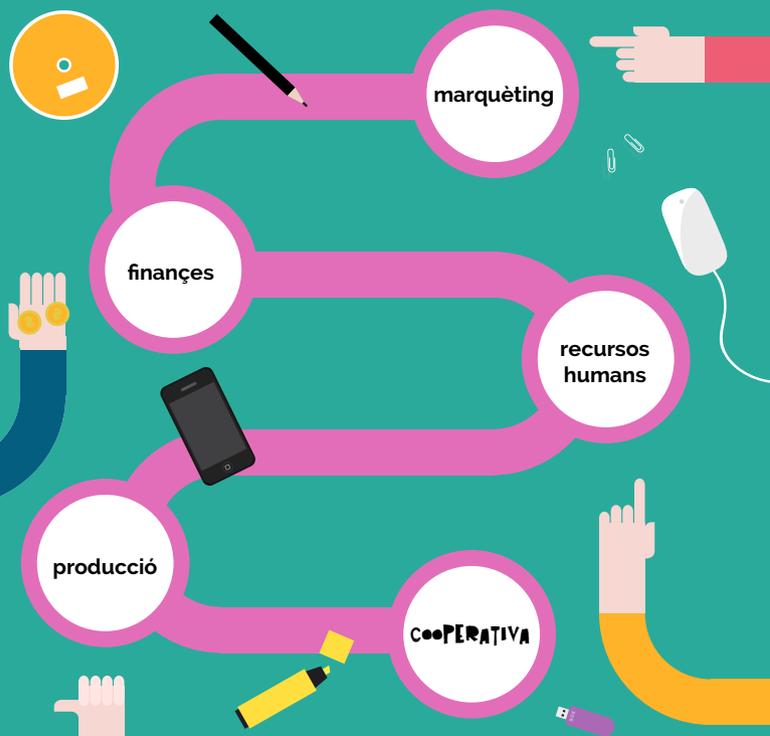
Conclusiones del proyecto. Presentación de participantes y anexos interesantes.





MÓDULO 6

¿CÓMO GESTIONAMOS NUESTRA COOPERATIVA?



1. Plan de marketing
2. Plan de producció
3. Plan de recursos humanos
4. Plan económico-financiero

*Una vegada tenim
constituïda la nostra
cooperativa comença
l'activitat comercial,
productiva, organitzativa
i econòmica.*

1. Plan de marketing

El marketing es el conjunto de actividades que desarrolla una empresa encaminadas a satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores con la intención de conseguir beneficios.

Por lo tanto, en nuestro **Plan de marketing**, tendremos que definir todas estas actividades, como son:

- Qué productos o servicios vamos a hacer.
- Cuál es el público objetivo.
- Cuál será la marca de nuestros productos.
- El envase y el embalaje.
- Canales de distribución y venta.
- Transporte y logística.
- Cálculo de los costes de producción y definición del precio.
- Cómo daremos a conocer nuestros productos (publicidad, catálogos, redes sociales, etc.).

Los productos o servicios

El **producto** es un bien material que las empresas ofrecen a sus clientes porque estos puedan satisfacer sus necesidades.

El **servicio** es un bien de carácter intangible. Serán las prestaciones o actividades organizadas por una empresa para satisfacer necesidades.

Los productos y servicios pueden tener un ritmo de ventas variable a lo largo del tiempo. En términos generales se definen 4 etapas:

- **INTRODUCCIÓN EN EL MERCADO:** Esta etapa ocurre justo después del momento en que el producto entra en el mercado. Las ventas son bajas porque todavía no hay una amplia aceptación del producto. La disponibilidad del producto (para el comprador) es limitada. La competencia es baja.
- **ETAPA DE CRECIMIENTO:** Si el mercado acepta el producto, las ventas aumentan rápidamente. La planificación de la distribución física es difícil en esta fase de crecimiento. Sin embargo, la disponibilidad del producto se extiende también rápidamente al acrecentarse el interés del comprador en el producto.

Los beneficios aumentan porque el producto ya es conocido y demandado por el público objetivo.

- **ETAPA DE MADUREZ:** La anterior fase de crecimiento puede ser bastante corta, seguida de un periodo más largo denominado de madurez. El incremento de las ventas es lento o se ha estabilizado en un nivel máximo. En este momento, se consigue la mayor rentabilidad y se puede prolongar más tiempo con diferentes técnicas de marketing.
- **ETAPA DE DECLIVE:** Llega un momento en que las ventas decaen (declive o decadencia), en la mayoría de los productos por cambios en la tecnología, la competencia, o la pérdida de interés por parte del cliente. Con frecuencia los precios bajan y los beneficios se reducen.

El ciclo de vida no es exactamente igual para todos los productos. Mientras que algunos tienen un lanzamiento durante un corto periodo de tiempo, la mayoría de los productos de consumo se mantiene en la etapa de madurez durante años (por ejemplo, la leche). El Plan de marketing tiene que tener en cuenta la fase del ciclo en que se encuentran los productos para poder ir cambiando las estrategias a medida que el producto pasa de una fase a otra.

El público objetivo

El **público objetivo** es el grupo de personas que quieren y/o necesitan los productos o servicios que nuestra cooperativa va a ofrecer.

También se denomina con los anglicismos **target**, **target group** y **target market**.

En la actualidad, conocer esta segmentación o aprender a identificar correctamente a nuestros potenciales clientes, es fundamental para poder diseñar cualquier estrategia comercial o de marketing.

"Si no te diriges hacia un target o público objetivo claro, al final será cómo si nunca hubieses hablado con nadie".

Antes de difundir nuestra publicidad o nuestros catálogos, es muy importante definir "quién es", "como es" y "dónde está" nuestro cliente ideal.

Esta segmentación de nuestra audiencia, nos ayudará a diseñar una estrategia de marketing que explique un mensaje más atractivo y efectivo.

La marca

Una **marca comercial** (en inglés: **trade mark**) es el conjunto de características (nombre, diseño, símbolo, etc.) que identifica un producto o servicio de una empresa y que lo diferencia de los productos de otras empresas. Puede ser un signo, susceptible de ser grafiado, que tenga un carácter distintivo. Estos signos pueden incluir palabras, nombres de persona, letras, números, elementos figurativos, combinaciones de colores y cualquier combinación de estos signos. Se pueden distinguir marcas de productos y marcas de servicios.

Una forma antigua de marca comercial fue el marcaje con hierro de animales en la ganadería. Empezó para identificar los animales de un propietario respecto a los otros.

La marca es un elemento importante en la publicidad: sirve como un camino rápido para mostrar y decir al consumidor lo que el proveedor está ofreciendo al mercado. La marca comercial no solo permite la identificación de bienes o servicios, sino también representa el prestigio de sus fabricantes. En ocasiones esta marca puede coincidir con el nombre de la empresa o también una empresa puede tener diferentes marcas comerciales.



Tipos de marcas

Una **marca blanca** es aquella perteneciente a una cadena de distribución (generalmente, hiper o supermercado) con la cual se venden productos de diferentes fabricantes.

El desarrollo de las marcas blancas empezó en 1975. La premisa de su lanzamiento era: «*Igual de buenas que las grandes marcas y más baratas (porque no hay gastos de publicidad)*». Los primeros envases de estos artículos eran blancos y bastante asépticos; de aquí, el nombre de marca blanca.

Las marcas blancas empezaron con productos de alimentación de compra frecuente: leche, pastas, arroz, legumbres, galletas... Y siguieron con otros artículos de uso frecuente como los de limpieza y de higiene corporal.

La marca blanca ha tenido un gran auge en la distribución alimentaria en los últimos años, pasando en algunos países a superar las ventas de marcas del fabricante.

Las **segundas marcas** las lanza una empresa que ya tiene otras marcas en el mercado para llegar a un nuevo tipo de cliente o para contrarrestar a la competencia. *Por ejemplo:* Toyota lanzó Lexus como segunda marca para entrar en el mercado de los coches de lujo. En cambio Renault creó la marca Dacia para competir en el mercado de coches de bajo precio.

También están los productos **sin marca**. En España todavía no conocemos productos con esta característica pero puede ser que se comercialicen en breve, se trata de productos que no tienen marca. No es más que una estrategia comercial diferente. *Por ejemplo:* Muji es la abreviación de Mujirishu Ryohin, que en japonés quiere decir "productos de calidad sin marca" Detrás de este nombre está una empresa japonesa que se distingue de las otras precisamente por la ausencia de marca. Así sus productos se venden sin marca ni etiqueta, y con un empaquetado mínimo.



El envase y el embalaje

No es el mismo envase que embalaje.

- **Envase:** Es el material que contiene o guarda un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos. En forma más estricta, el envase es cualquier recipiente, lata, caja o envoltorio propio para contener alguna materia o artículo. También se le conoce como "Embalaje Primario". Por ejemplo: Un brick de leche o los plásticos que rodean los alimentos.
- **Embalaje:** Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para condicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. El embalaje en su expresión más breve es la caja o envoltorio con que se protegen las mercancías para su transporte y almacenamiento.

El protagonismo del envase es cada vez mayor. Determinados productos se reconocen instantáneamente por el tamaño, la forma y el color de su envase. Un cambio de envase puede hacer remontar las ventas de un producto.

Las funciones del envase son:

- *Conservar y proteger.*
- *Facilitar el transporte, almacenamiento y manipulación.*
- *Diferenciar el producto.*
- *Provocar la compra.*

Canales de distribución y venta

El canal de distribución permite hacer llegar los productos de una empresa a sus clientes.

En la mayoría de los casos es necesaria la intervención de varios intermediarios (distribución indirecta):

- Mayoristas: vienen a otros intermediarios.
- Detallistas: vienen al consumidor.

Cuantos más intermediarios tenga un canal, más se encarece el producto.

También se pueden distribuir los productos a través de un punto de venta, como pueden ser:

- Abrir una tienda.
- Poner un lugar de venta en un mercado.
- Vender en línea a través de un portal web.
- Contactar directamente con el público objetivo y hacer llegar los productos directamente al domicilio a través de algún sistema de transporte.

Transporte y logística

Según las características de los productos, en ocasiones habrá que contactar con alguna empresa de transporte que pueda hacer llegar los productos directamente a las personas consumidoras o, al menos, tener en cuenta esta tarea en la organización y medios materiales que necesitaremos para poder ofrecer este servicio.

Hay empresas de transporte que ofrecen este servicio a un precio reducido.

Además, los costes de transporte pueden añadirse al precio inicial del producto o utilizarse como un recurso promocional.





El precio

El primer paso para determinar el precio de un producto o servicio es conocer cuáles son los costes que tenemos para poderlo producir. Hay de dos tipos:

- **Costes fijos:** son costes que vamos a tener igual si producimos o no. No dependen del volumen de la producción. Ejemplos: alquiler, salarios del personal fijo, seguros, maquinaria, permisos, etc.
- **Costes variables:** estos varían en función del número de unidades que se van a producir. Ejemplos: materias primas, suministros, costes de los envases y embalajes, transporte, etc.

COSTE TOTAL = COSTES FIJOS + COSTES VARIABLES

PRECIO = COSTE TOTAL / UNIDADES PRODUCIDAS

En las fases de introducción y crecimiento del producto los precios suelen ser más altos, pero en la madurez el precio tiene que ser competitivo para mantenerse en el mercado.

La producción en masa implica una reducción de costes por unidad. La explicación es que los costes fijos no varían y se reparten entre un mayor número de unidades producidas. Este fenómeno se conoce como **economía de escala**.

Publicidad y propaganda

La publicidad tiene que ser:

- **Informativa** en la etapa de introducción, para que el público objetivo conozca las ventajas del producto.
- **Persuasiva** en las etapas de crecimiento y madurez.
- **Orientada a mantener** en la etapa de declive.

Para poder lanzar una campaña de publicidad hay que definir:

- Los **objetivos** de la campaña. Ejemplos: dar a conocer el producto o informar sobre sus características, recordar su existencia o motivar a su compra
- Los **medios publicitarios** que utilizaremos para hacer llegar el mensaje al público. Ejemplos: tablón de anuncios del centro, radio, diarios, internet, correo electrónico, redes sociales, eventos, carteles, folletos, catálogos, etc.

Los presupuestos para promoción tienden a ser mayores en las primeras etapas, porque hay que hacer todos los elementos informativos (catálogos, folletos, carteles, publicidad en redes sociales, fotografías de los productos, etc.) y van decayendo en las de madurez y declive.

El mercado de la oferta y la demanda

Un mercado está formado por:

La **OFERTA** es el conjunto de empresas que venden un producto o servicio.

La **DEMANDA** es el conjunto de personas o empresas que desean o adquieren un producto o un servicio para satisfacer una necesidad o un deseo.

- En la mayoría de mercados hay muchos compradores y muchos vendedores ► **COMPETENCIA**
- Hay mercados con un solo vendedor y muchos compradores ► **MONOPOLIO**
- Hay mercados con pocos vendedores y muchos compradores ► **OLIGOPOLIO**

2. Plan de producción

El Plan de Producción tiene como objetivo describir las operaciones de la empresa, es decir, el proceso de fabricación del producto o de prestación del servicio, así como los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para el funcionamiento de estas operaciones.

En este **Plan de producción** tendremos que definir:

- La localización e instalaciones donde vayamos a fabricar los productos o a desarrollar los servicios.
- Definición de la equipación que necesitaremos para producir (maquinaria, transporte, mobiliario).
- Descripción de las diferentes fases del proceso productivo.
- Definición de las necesidades de materias primas y otros aprovisionamientos, investigación de proveedores y negociación de precios.

Infraestructuras e instalaciones

En este punto hay que detallar los medios con los cuales contamos para desarrollar nuestra actividad:

- Locales y otras instalaciones.
- Necesidades de pequeña maquinaria.
- Con cuántas personas contamos para el proceso.

Es posible que podamos utilizar las instalaciones del centro sin ningún tipo de coste, pero tendremos que prever qué espacios necesitemos y cuando los vamos a utilizar y pedir permisos para hacer uso.

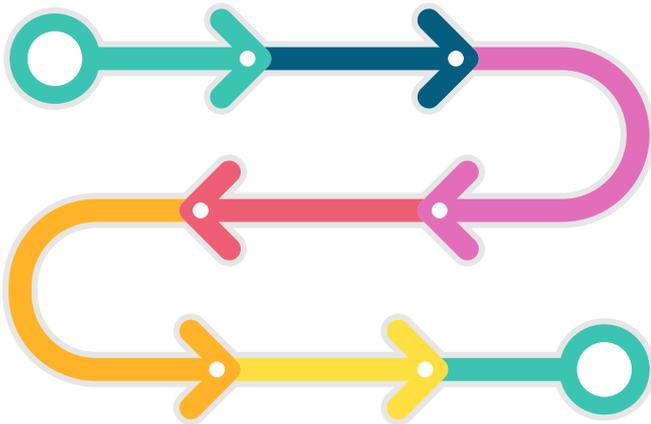
Equipación

Además de las instalaciones, tenemos que realizar un estudio de las necesidades de equipación mínimas a comienzos de la actividad:

- Pequeña maquinaria.
- Elementos de transporte.
- Mobiliario.
- Herramientas y utillaje, etc.

También hay que analizar las necesidades de equipación informática y de comunicaciones;

- Ordenadores, impresoras, programas informáticos, etc.
- Teléfono, *wi-fi*, conexiones a Internet, correo electrónico, etc.



Proceso productivo

Cada proceso de fabricación de productos o de prestación de servicios tiene que estar planificado y programado, detallándose:

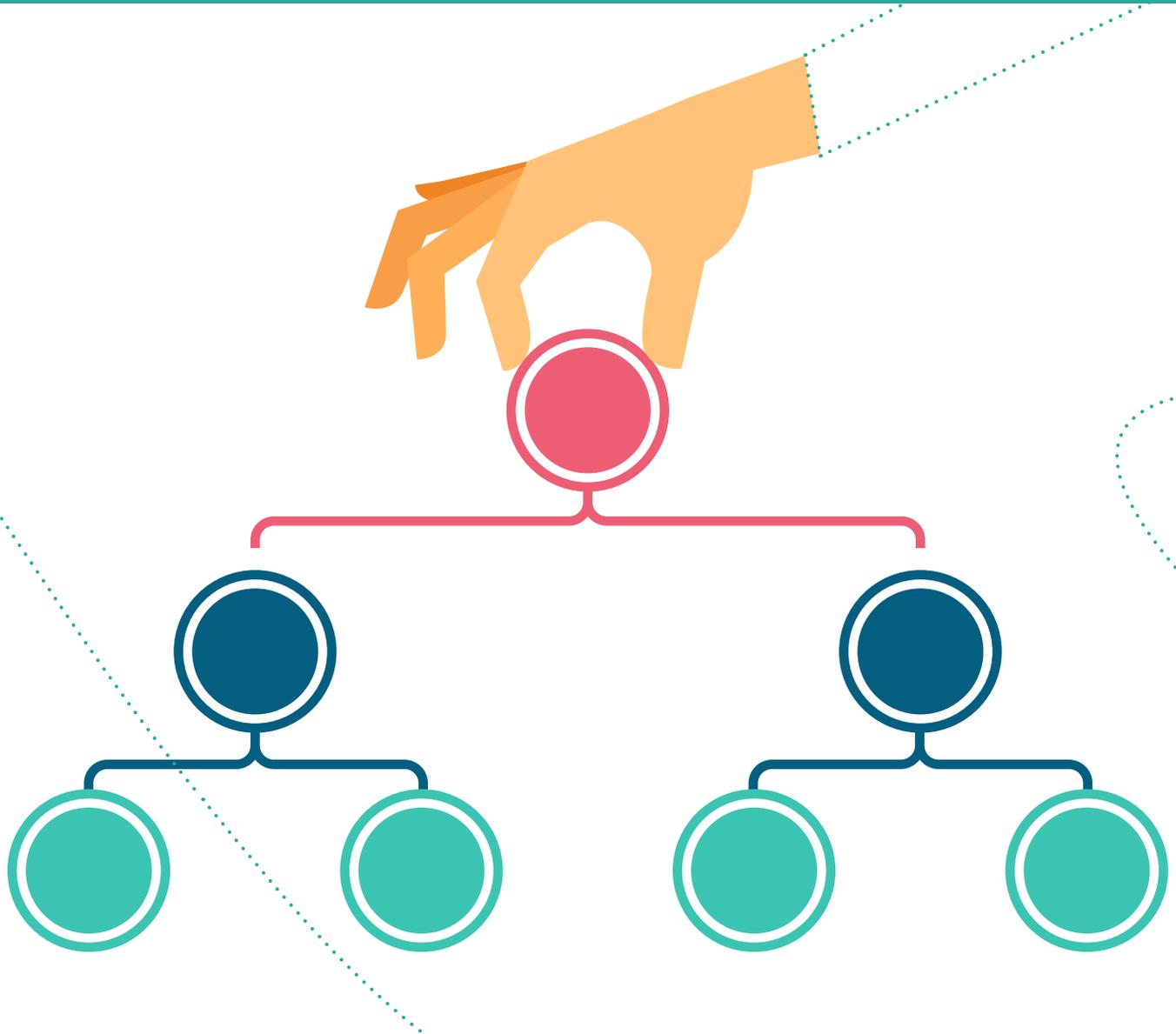
- Los **recursos físicos** (materias primas, maquinaria, herramientas) y humanos que son necesarios,
- La descripción de los diferentes **procesos o tareas** a realizar.
- Las **entregas** (puntualidad, disponibilidad de la mercancía e información sobre el estado del pedido).
- El **servicio** (atención al cliente, buzón de sugerencias, resolución de problemas, información sobre las prestaciones la oferta de productos o servicios).

Se tienen que identificar los procesos más críticos para no generar **cuellos de botella**.

Aprovisionamientos

Es necesario saber cuáles son las necesidades de materias primas y otros aprovisionamientos para poder proveer el proceso productivo. También habrá que buscar proveedores y negociar los precios y las condiciones de pago.





3. Plan de recursos humanos

El Plan de recursos humanos tiene como objetivo la selección, formación, contratación y despido de las diferentes categorías de empleados de la empresa.

En nuestra cooperativa escolar este **Plan de recursos humanos** se encargará de:

- Establecer las necesidades de personal en todas las actividades definidas en el Plan de producción.
- Definición de los puestos de trabajo por grupos.

El Plan de Organización y de Recursos Humanos tiene como finalidad analizar, seleccionar, evaluar y controlar los recursos humanos en la cooperativa. Para hacerlo, se tendrá que elaborar un **organigrama** y definir las funciones, tareas y responsabilidades de cada persona dentro de la cooperativa.

Este organigrama se estructurará por funciones, áreas o departamentos (administración, comercial, técnica, producción, etc.), con el objetivo de situar cada puesto de trabajo. El organigrama determina, por lo tanto, la organización funcional de la empresa: sus áreas, relaciones, jerarquía y dependencia.

No todas las actividades que se realizan en la empresa tendrán la misma importancia. Cada puesto de trabajo tendrá actividades básicas propias y otras complementarias de menor importancia. Se priorizan las actividades con el objetivo de determinar la productividad del puesto de trabajo.

Recuerda que en el módulo 3 vimos que habían diferentes tipos de organigramas:

- *Verticales*
- *Horizontales*
- *Circulares*
- *Colaborativos*

4. Plan económico-financiero

El Plan económico financiero consiste en la elaboración de previsiones económicas para evaluar la viabilidad del negocio dentro de la situación económico-financiera actual y proyectar el futuro para poder tomar decisiones correctas.

Las tareas a desarrollar en este plan son:

- Analizar los costes y presupuestos de puesta en marcha de la empresa y de desarrollo de los diferentes planes de marketing, producción y recursos humanos para determinar la viabilidad económico-financiera de la cooperativa.
- Buscar formas de financiación.
- Elaborar la información económica de gastos y beneficios de la actividad.
- Plan de tesorería con control de cobros y pagos.

Viabilidad económico-financiera

El estudio de viabilidad nos va a permitir comprobar la validez del proyecto empresarial que intentamos desarrollar o, por el contrario, pondrá en evidencia que se requieren tal cantidad de medios para su puesta en marcha que técnicamente no sea posible.

Una vez elaborados los planes de producción, marketing y recursos humanos podremos analizar sus costes y buscar fuentes de financiación que nos permiten arrancar la actividad hasta que empiezo a dar beneficios.



Formas de financiación

Veamos a continuación las diferentes formas que tenemos para financiar la creación de un nuevo negocio, es decir, las diferentes formas que tenemos de conseguir dinero para invertir en la creación o arranque de un negocio:

Capital propio

La forma más común para financiar la creación de un nuevo negocio es usando capital propio, es decir, en uso del dinero que podamos tener, ya sea obteniéndolo de nuestros ahorros o de cualquier otra fuente personal.

Este tipo de financiación es lo más recomendable porque así no estamos obligados a pagar intereses ni a tener que devolver el dinero.

Siempre es recomendable al iniciar un negocio, utilizar capital propio, al menos en la etapa de la creación, y ya más adelante, cuando el negocio empiezo a crecer, utilizar fuentes externas de financiación.

Sin embargo, cuando nuestro capital propio no es suficiente, es posible utilizar otras fuentes de financiación.

Familiares y amistades

Si no contamos con suficiente capital propio, una buena alternativa para financiar la creación de un negocio es pedir dinero prestado a familiares, los cuales es muy probable que acepten si es que son conscientes de nuestra capacidad y responsabilidad.

La ventaja de este tipo de financiación, es que en general no estamos obligados a pagar intereses, ni estamos obligados a tener que devolver el dinero tan pronto, lo cual nos permite trabajar tranquilamente en la creación de nuestro nuevo negocio, sin estar presionado para tener que devolver el dinero en una fecha tope.

Una alternativa a pedir dinero a familiares es la de solicitar dinero a amigos. Lo usual en este caso es que el tiempo de plazo para la devolución del dinero sea menor. La desventaja de esta forma de financiación es que podemos deteriorar la amistad en caso de que no podamos devolver el dinero prestado en el plazo acordado.

Bancos

Otra forma de financiación para la creación de un negocio es solicitar dinero prestado al banco.

Este tipo de financiación es más difícil de acceder, puesto que los bancos suelen otorgar créditos solo a negocios en marcha y con determinada experiencia en el mercado, y no a negocios que empiezan. Sin embargo, acceder a un crédito bancario para iniciar un nuevo negocio no es posible si la idea no es atractiva y está apoyada por la elaboración de un buen plan de viabilidad.

Otras entidades financieras

Una forma de financiación alternativa a los bancos es solicitar un crédito a otras entidades financieras que estén orientadas a apoyar a la pequeña y mediana empresa.

La desventaja de este tipo de financiación es que, a diferencia de los bancos tradicionales, en estas entidades financieras la suma prestada es pequeña y el coste del préstamo (tasa de interés) elevado.

Más personas socias

Esta forma de financiación implica buscar personas que quieran compartir el riesgo de la creación del negocio e invertir junto con nosotros.

Lo más recomendable es buscar personas con las mismas motivaciones y aspiraciones que nosotros y que inviertan el mismo capital que nosotros, y que, además del dinero, puedan aportar otros recursos que sean complementarios y aportan a la cooperativa como, por ejemplo, experiencia en algún aspecto del negocio, conocimiento del mercado, conocimientos de contactos comerciales, etc.

Concursos

Consiste en participar en concursos sobre proyectos de negocio elaborados por organismos gubernamentales, universidades u otros medios, donde se premia a la mejor idea de negocio, con la financiación total o parcial del proyecto.

Si cuentas con una atractiva e innovadora idea de negocio, investiga sobre la existencia de este tipo de concursos en tu localidad.

Información económica

Es importante llevar un control de los ingresos y gastos de la empresa. Para esto habrá que controlar, con sus debidos justificantes, toda la información de ventas o ingresos y gastos. A esto se le suele denominar **información contable**.

Si los ingresos generados superan los gastos, la actividad financiera de la empresa marcha bien y el balance será positivo. En caso contrario, la cifra será negativa y habrá que poner en marcha medidas para que esto cambie en el futuro, como aumentar el precio de los productos o producir y vender más cantidades.

Plan de tesorería

El Plan de tesorería es un documento en el cual se reflejan las salidas (pagos) y entradas (cobros) de dinero, sobre las operaciones que estima realizar la cooperativa durante un horizonte temporal determinado.

Sirve como instrumento de control de la tesorería de la empresa, informando de la situación de liquidez del proyecto y de las necesidades de financiación a corto plazo (al confeccionarlo se detectará de forma anticipada si con los cobros previstos se va a poder hacer frente a los pagos estimados).

En todo momento hay que procurar que a la empresa no le faltan dinero y pueda hacer frente a todas sus obligaciones de pago y así evitar situaciones desagradables. Mediante la confección del plan de tesorería se conoce con antelación las necesidades de dinero en momentos puntuales, se podrá pensar con más tranquilidad como resolver este problema, recurriendo a algún tipo de financiación a corto plazo como los que se han visto en su punto anterior.

MATERIAL COMPLEMENTARIO

- ANEXO 8: Diapositivas de los planes de trabajo de la cooperativa.



ANEXOS

ANEXO 1:

Diapositiva para explicar al alumnado qué es una cooperativa escolar

¿QUÉ ES UNA COOPERATIVA ESCOLAR?

- Una sociedad cooperativa escolar es una asociación formada por el alumnado.
- La cooperativa actúa dentro del ámbito del centro escolar.
- Desarrollan cualquier tipo de actividad: medio para conseguir un fin.
- Es un proyecto flexible: se adapta a las necesidades del centro y de los alumnos.
- Se enmarca dentro de una asignatura, varias asignaturas o como proyecto extraescolar.
- Cuenta con el asesoramiento y orientación del profesorado.
- Es una actividad real donde se compran, producen, venden productos o servicios.
- La cooperativa escolar no tiene ánimo de lucro.

ANEXO 2:

Diapositiva para explicar al alumnado el que tendrá que hacer

¿QUÉ TENDREMOS QUE HACER?

- Decidir qué actividad se va a realizar, qué productos se van a elaborar y con qué materiales o qué servicios va a prestar la cooperativa escolar.
- Elegir un nombre y crear un logotipo.
- Definir el organigrama, que es la representación gráfica de la estructura organizativa de la cooperativa.
- Definir los estatutos donde se establecerán las normas que se tendrán que seguir.
- Elegir en Asamblea las personas que formarán parte del Consejo Rector (presidencia, secretaría, tesorería) que posteriormente representarán y organizarán la actividad de la cooperativa.
- Establecer una cuota de capital inicial para poder empezar la actividad.
- Hacer investigación otras formas de financiación.

ANEXO 3: 9 roles de equipo Belbin

9 ROLES EQUIPO BELBIN

1 INVESTIGADORA DE RECURSOS

Es una persona extravertida, entusiasta, comunicativa, que ve las oportunidades y desarrolla contactos.

Puede ser demasiado optimista y puede perder el interés cuando el entusiasmo inicial ha desaparecido.

Puede olvidarse de dar seguimiento a las iniciativas.

4 CEREBRO

Creativa, imaginativa, librepensadora. Genera ideas y resuelve problemas difíciles.

Puede ignorar los incidentes y puede estar demasiado entusiasmada como para comunicar eficazmente.

Puede ser despistada y ensimismada.

7 IMPULSORA

Retadora, dinámica, trabaja bien bajo presión. Tiene iniciativa y coraje para superar obstáculos.

Puede ser propensa a provocar y puede ofender los sentimientos de la gente.

Puede volverse agresiva y malhumorada en su afán de conseguir que las cosas se hagan.

2 COHESIONADORA

Es una persona cooperadora, perceptiva, diplomática, que escucha e impide los enfrentamientos.

Puede ser indecisa en situaciones cruciales y puede tender a evitar los enfrentamientos.

Puede dudar en la hora de tomar decisiones poco populares.

5 MONITORA EVALUADORA

Sería, perspicaz y estratega. Percibe todas las opciones y juzga con exactitud.

En ocasiones carece de iniciativa y de habilidad para inspirar a otros. Puede ser excesivamente crítica.

Puede ser lenta a la hora de tomar decisiones.

8 IMPLEMENTADORA

Práctica, de confianza, eficiente. Transforma las ideas en acciones y organiza el trabajo que tiene que hacerse.

Puede ser inflexible y lenta a responder a nuevas posibilidades.

Puede ser lenta en la hora de renunciar en sus planes en favor de cambios positivos.

3 COORDINADORA

Es una persona madura, segura de sí misma. Identifica el talento. Aclara las metas. Delega eficazmente.

Puede ser percibida como una persona manipuladora y puede descargarse de su trabajo personal.

Puede delegar en exceso, dejando para sí mismo poco trabajo que hacer.

6 ESPECIALISTA

Librada, independiente, con intereses limitados. Aporta calidades y conocimientos específicos.

Puede contribuir solo en áreas muy limitadas y desahogarse en tecnicismos.

Puede saturar al grupo con una gran cantidad de información.

9 FINALIZADORA

Cuidadosa, concienzuda, ansiosa. Busca los errores. Pule y perfecciona.

Puede tender a preocuparse excesivamente y ser reacia a delegar.

Puede ser acusada de llevar su perfeccionismo al extremo.

ANEXO 4:

Diapositiva con esquema de las tareas a desarrollar para montar la cooperativa

ELEGIR LA ACTIVIDAD

- Competencias sociales y cívicas
- Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor
- Aprender a aprender

- Competencia en comunicación lingüística

- Conciencia y expresiones culturales
- Competencia digital
- Aprender a aprender

- Competencias sociales y cívicas
- Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor

LA IDEA DE
NEGOCIO Y EL
PLAN DE EMPRESA

| 1

NOMBRE, RAZÓN
SOCIAL Y NOMBRE
COMERCIAL

| 2

LOGOTIPO,
MARCA, IMAGEN
CORPORATIVA

| 3

ELEMENTOS Y
ESTRUCTURA DE LA
EMPRESA, ORGANIGRAMA

| 4

ANEXO 5:

Diapositivas para explicar al alumnado qué es una cooperativa escolar

¿QUÉ INCLUYEN LOS ESTATUTOS?

- Denominación, domicilio y actividades de la cooperativa.
- Socios: derechos y obligaciones.
- Órganos de gobierno: Asamblea General y personas que formarán el Consejo Rector.
- Régimen económico: aportaciones, responsabilidad, cuentas...
- Motivos de disolución y liquidación de la cooperativa.

¿QUÉ CONSEGUIMOS CON LOS ESTATUTOS Y ÓRGANOS DE GOBIERNO?

- Entender la importancia de la existencia de normas y respetarlas.
- Aplicar los valores cooperativos: igualdad, participación, solidaridad, formación...
- Practicar la gestión democrática.
- Comprender la necesidad de regular la actividad económica.

ANEXO 6:

Modelo de estatutos

ESTATUTOS DE LA COOPERATIVA, COOP. V.

Los socios de la cooperativa se reúnen lo para elaborar los siguientes estatutos.

Los estatutos son aprobados por todas las personas socias de la cooperativa, quién los tendrán que cumplir.

Artículo 1. Nombre

La cooperativa funcionará bajo el nombre de

Artículo 2. Objeto social

Nuestra empresa tiene la siguiente actividad:.....

Artículo 3. Duración

La empresa se constituye el díahasta el día

Artículo 4. Domicilio/dirige

El domicilio social queda establecido en

Artículo 5. El capital

El capital inicial se fija en

Artículo 6. Las cuentas

Los informes de cuentas se presentarán cada

Artículo 7. Recuperación de la aportación

Una vez finalizada la venta, todos los socios y socias podrán RECUPERAR SU APORTACIÓN

Artículo 8. Utilización de los beneficios

Con los beneficios obtenidos DAREMOS uno % en una ONG.

Cómo nos repartiremos los beneficios.

Artículo 9. Otras disposiciones

- Toma de decisiones.
- Órganos de representación. Asamblea, Consejo Rector.
- Derechos, deberes y penalizaciones de los socios.

ANEXO 7:

Diapositiva principios cooperativos

PRINCIPIOS COOPERATIVOS

1.º Adhesión voluntaria

Las cooperativas son organizaciones voluntarias: son las socias y los socios quienes toman la decisión de formar parte. La cooperativa está abierta a todas las personas que pueden aportar su trabajo o usar los servicios o y que están dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socios, sin discriminación social, política, religiosa, racial o sexual.

2.º Gestión democrática por parte de los socios

Las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por sus socios y socias, que participan activamente en la fijación de las políticas de actuación y en la toma de decisiones. La participación supone el derecho y el deber de ser escogido para los cargos sociales de la cooperativa. La distribución de votos no se basa en el capital, sino que cada socio tiene un voto.

3.º Participación económica de los socios

Para formar parte de una cooperativa hay que aportar un capital, que se fija en los estatutos, la ley no fija ninguna cantidad mínima. Los socios gestionan el capital de manera democrática. La distribución de los excedentes se hace retribuyendo de manera principal la participación en la actividad cooperativizada, el trabajo en nuestros caso, no la participación en el capital.

4.º Autonomía e independencia

Las cooperativas son organizaciones autónomas, gestionadas por sus socios que tienen que mantener la libertad de controlar su propio destino.

5.º Educación, formación e información

Las cooperativas proporcionan educación y formación a los socios y socias y a los trabajadores para que puedan contribuir al desarrollo de sus cooperativas de una manera eficaz. También informan al gran público (entorno), especialmente los jóvenes y los líderes de opinión, de la naturaleza y beneficios de la cooperación.

6.º Cooperación entre cooperativas

Las cooperativas sirven a sus socios y socias de una manera eficaz y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

7.º Interés por la comunidad

Las decisiones que toma la cooperativa tienen que ser responsables con el entorno en que está situada y promover la participación en el desarrollo de la comunidad.

ANEXO 8:

Diapositivas de los planes de trabajo de la cooperativa

PLAN DE MARKETING

El marketing es el conjunto de actividades que desarrolla una empresa encaminadas a satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores con la intención de conseguir beneficios.

Por lo tanto, en nuestro Plan de marketing, tendremos que definir todas estas actividades, como son:

- Qué productos o servicios vayamos a hacer.
- Cuál es el público objetivo.
- Cuál será la marca de nuestros productos.
- El envase y el embalaje.
- Canals de distribución y venta.
- Transporte y logística.
- Cálculo de los costes de producción y definición del precio.
- Cómo daremos a conocer nuestros productos (publicidad, catálogos, redes sociales, etc.).

PLAN DE PRODUCCIÓN

El Plan de Producción tiene como objetivo describir las operaciones de la empresa, es decir, el proceso de fabricación del producto o de prestación del servicio, así como los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para el funcionamiento de estas operaciones.

En este Plan de producción tendremos que definir:

- La localización e instalaciones donde vamos a fabricar los productos o a desarrollar los servicios.
- Definición de la equipación que necesitaremos para producir (maquinaria, transporte, mobiliario).
- Descripción de las diferentes fases del proceso productivo.
- Definición de las necesidades de materias primas y otros aprovisionamientos, investigación de proveedores y negociación de precios.

PLAN DE RECURSOS HUMANOS

El Plan de recursos humanos tiene como objetivo la selección, formación, contratación y despido de las diferentes categorías de empleados de la empresa.

En nuestra cooperativa escolar este Plan de recursos humanos se encargará de:

- Establecer las necesidades de personal en todas las actividades definidas en el Plan de producción.
- Definición de los puestos de trabajo por grupos

PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

El Plan económico-financiero consiste en la elaboración de previsiones económicas para evaluar la viabilidad del negocio dentro de la situación económico-financiera actual y proyectar el futuro para poder tomar dediciones correctas.

Las tareas a desarrollar en este plan son:

- Analizar los costes y presupuestos de puesta en marcha de la empresa y de desarrollo de los diferentes planes de marketing, producción y recursos humanos para determinar la viabilidad económico-financiera de la cooperativa.
- Buscar formas de financiación.
- Elaborar la información económica de gastos y beneficios de la actividad.
- Plan de tesorería con control de cobros y pagos.



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria d'Innovació,
Indústria, Comerç i Turisme



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
INVIERTE EN TU FUTURO