MATERIAL COMPLEMENTARI

UCEV
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

Edita: UCEV Unió de Cooperatives d'Ensenyament Valencianes

Disseny i continguts: Pilixip

Imprimeix: Graficas Papallona, Coop.V.

1ª edició: maig 2024

UCEV

UCEV

@LA_UCEV

@la_ucev

ucev@ucev.coop

https://www.ucev.coop

https://coopescolar.ucev.coop

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

caixa popular

FEVECTA
Federació Valenciana d'Empreses Cooperatives de Treball Associat

ÍNDEx

Diapositives 3
El pla de màrketing 15
Com fer uns estatuts 33
El pla de producció 45
El pla de recursos humans 55
El pla econòmic financer 63
El pla de viabilitat 73
Idees per a muntar una cooperativa escolar 81

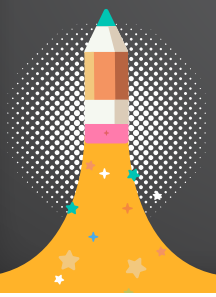
DIAPOSITIVES

CONCEPTE DE COOPERATIVA

- És una fórmula d'**ocupació estable**.
- **Les persones** i el valor del treball estan **per damunt del capital** aportat.
- Els treballadors i les treballadores **són al mateix temps propietaries i gestores de la cooperativa**.
- És una fórmula empresarial en expansió que ofereix **grans possibilitats per** a que les persones emprenedores puguen **obrir-se camí professionalment**.

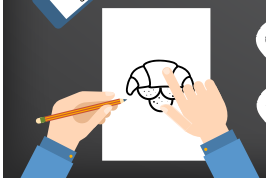
LA COOPERATIVA ESCOLAR

- Associació **formada per alumnes**.
- **Desenvolupa una activitat econòmica dins de l'àmbit de l'escola**.
- Es porta a terme una **activitat econòmica real**.
- **Sense ànim de lucre**.
- És un **projecte flexible** que s'adapta a les necessitats del centre i de l'alumnat.
- **Dins d'una o diverses assignatures** o com a projecte extraescolar.
- L'alumnat compta amb l'**assessorament i orientació del professorat**.



TASQUES A DESENVOLUPAR

- Formació dels **grups**.
- Analitzar la **forma jurídica cooperativa**.
- Decidir quina **activitat** es va a realitzar: quins serveis o productes es van a oferir.
- Triar un **nom** i crear un **logotip**.
- Definir con s'organitza el treball (**organigrama**).
- Definir els **estatuts**.
- Triar en assemblea el **Consell Rector**.
- Establir una quota de **capital inicial**.
- Fer recerca de **formes de finançament**.



PRIMERA ACTIVITAT
FORMACIÓ DELS GRUPS
01
ESTUDI DELS ROLS QUE FORMEN UN EQUIP DE TREBALL
02
ASSIGNACIÓ INDIVIDUAL DE ROLS
03
CLASSIFICACIÓ DELS COMPANYS
04
OBTENCIÓ DE RESULTAT I CREACIÓ D'EQUIPS

01
ESTUDI DELS ROLS QUE FORMEN UN EQUIP DE TREBALL

ROLS DE LES PERSONES SEGONS BELBIN

Segons este método, les persones poden ser:

- Investigadora de recursos
- Cohesionadora
- Coordinadora
- Cervell
- Monitora Avaluadora
- Especialista
- Impulsora
- Implementadora
- Finalitzadora

una persona pot tenir més d'un rol

INVESTIGADORA DE RECURSOS

És una persona extrovertida, entusiasta, comunicativa, que veu les oportunitats i desenvolupa contactes.

Pot ser massa optimista i pot perdre l'interés quan l'entusiasme inicial ha desaparegut.

Pot oblidar-se de donar seguiment a les iniciatives.

COHESIONADORA

És una persona cooperadora, perceptiva, diplomàtica, que escolta i impedeix els enfrontaments.

Pot ser indecisa en situacions crucials i pot tendir a evitar els enfrontaments.

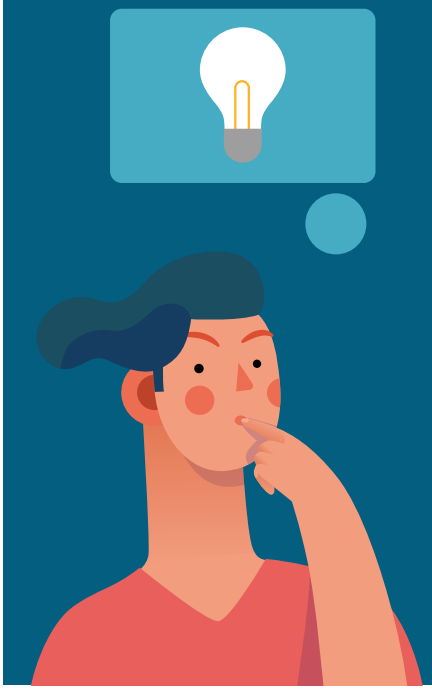
Pot dubtar a l'hora de prendre decisions poc populars.

COORDINADORA

És una persona madura, segura de si mateixa. Identifica el talent. Aclareix les metes. Delega eficaçment.

Pot ser percebuda com una persona manipuladora i pot descarregar-se del seu treball personal.

Pot delegar en excés, deixant per a sí mateix poc treball que fer.



CERVELL

Creativa, imaginativa, lliurepensadora.

Genera idees i resol problemes difícils.

Pot ignorar els incidents i pot estar massa esbalaeix com per a comunicar eficaçment.

Pot ser despistada i abstreta.

MONITORA AVALUADORA

Seriosa, perspicaç i estratega. Percep totes les opcions i jutja amb exactitud.

En ocasions manca d'iniciativa i d'habilitat per a inspirar a uns altres.

Pot ser excessivament crítica.

Pot ser lenta a l'hora de prendre decisions.

ESPECIALISTA

Lliurada, independent, amb interessos limitats. Aporta qualitats i coneixements específics.

Pot contribuir solament en àrees molt limitades i esplaiar-se en tecnicismes.

Pot saturar al grup amb una gran quantitat d'informació.

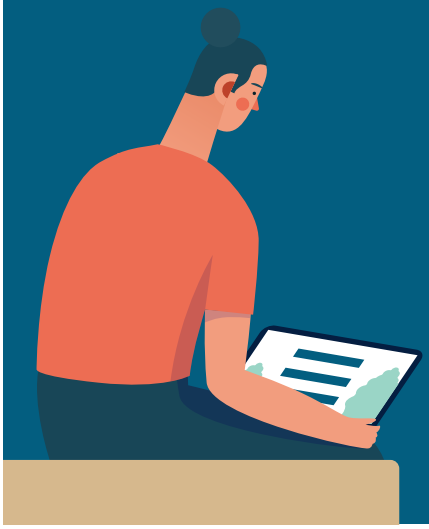
IMPULSORA

Retadora, dinàmica, treballa bé baix pressió.

Té iniciativa i coratge per a superar obstacles.

Pot ser propensa a provocar i pot ofendre els sentiments de la gent.

Pot tornar-se agressiva i malhumorada en el seu afany d'aconseguir que les coses es facen.



IMPLEMENTADORA

Pràctica, de confiança, eficient.

Transforma les idees en accions i organitza el treball que ha de fer-se.

Pot ser inflexible i lenta a respondre a noves possibilitats.

Pot ser lenta a l'hora de renunciar als seus plans en favor de canvis positius.

FINALITZADORA

Acurada, conscienciosa, ansiosa. Busca els errors. Poleix i perfecciona.

Pot tendir a preocupar-se excessivament i ser poc inclinada a delegar.

Pot ser acusada de portar el seu perfeccionisme a l'extrem.

02 ASSIGNACIÓ INDIVIDUAL DE ROLS

Ficar-se per parelles o grupets xicotets i assenyalar quins rols s'adequen més a cada persona del grup. **Recordeu que una persona pot tenir varios rols.**

03 CLASSIFICACIÓ DELS COMPANYS

NOM	INVESTIGADORA	COHESIONADORA	COORDINADO
ESTHER	X		X
JOAN		X	X
MARGA		X	
VICENT			X

OBTENCIÓ DE RESULTAT I CREACIÓ D'EQUIPS

04

Organitzar els grups intentant que cada grup tinga persones amb tots els rols.

FORMES JURÍDIQUES

EMPRESES SOCIETÀRIES

EMPRESES D'ECONOMÍA SOCIAL

COOPERATIVA

Mínim 2 socis

No hi ha capital mínim

Responsabilitat limitada al capital aportat a la societat

SOCIETAT LABORAL

Mínim 2 socis

No hi ha capital mínim

Responsabilitat limitada al capital aportat a la societat

CAPITALISTES

SOCIETAT ANÓNIMA

Mínim 1 soci

Capita mínim 60.000 euros

Responsabilitat limitada al capital aportat a la societat

SOCIETAT DE RESPONSABILITAT LIMITADA

Mínim 1 soci

Capital mínim 3.000 euros

Responsabilitat limitada al capital aportat a la societat

PERSONALISTES

SOCIETAT COMANDITÀRIA

Mínim 2 socis

No hi ha capital mínim

El soci es responsabilitza amb tots els seus bens presents i futurs

COLECTIVA

Mínim 2 socis

No hi ha capital mínim

El soci es responsabilitza amb tots els seus bens presents i futurs

EMPRESES INDIVIDUALS

1 soci

No hi ha capital mínim

El soci es responsabilitza amb tots els seus bens presents i futurs

LA COOPERATIVA

Una cooperativa és una agrupació voluntària de persones (sòcies) que exploten una empresa colectiva on els resultats es reparteixen en funció de la participació en l'activitat realitzada.

- El capital a aportar es determina en els Estatuts.
- Nombre mínim de socis: 2 o 3
- Responsabilitat limitada al capital aportat.
- Reben ajudes i recolzament per a la seua constitució perquè són empreses d'economía social.
- Tenen una funció social.

DIFERENCIES ENTRE LES CTA I LES EMPRESES CAPITALISTES

	EMPRESA DE CAPITAL (S.A., S.L.)	CTA
Poder, participació	En funció del capital aportat	Una persona un vot
Distribució dels resultats	En funció del capital aportat	En funció del treball
Fi de l'activitat econòmica	Màxim benefici	Resultat subordinat al benestar social

COOPERATIVA DE TREBALL ASSOCIAT (CTA)

Tipologia específica de cooperativa que associa persones que aporten el seu treball i realitzen una activitat econòmica

ELS PRINCIPIS COOPERATIUS

1. Adhesió voluntària i oberta
2. Gestió democràtica
3. Participació econòmica dels socis
4. Autonomia i independència
5. Educació, formació i informació
6. Cooperació entre cooperatives
7. Interés per la comunitat

COM HO FEM?

EL PLA DE MÀRQUETING

UCEV
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

EL PLA DE MÀRQUETING

El màrqueting és el conjunt d'activitats que desenvolupa una empresa encaminades a satisfer les necessitats i desitjos dels consumidors amb la intenció d'aconseguir beneficis.

Per tant, al nostre **Pla de màrqueting**, haurem de definir tots aquests aspectes, com són:

- Quins productes o serveis anem a fer.
- Quin és el públic objectiu.
- Quina serà la marca dels nostres productes.
- L'envàs i l'embalatge.
- Canals de distribució i venda.
- Transport i logística.
- Càlcul dels costos de producció i definició del preu.
- Com donarem a conéixer els nostres productes (publicitat, catàlegs, xarxes socials, etc.).

DEFINIR ELS **PRODUCTES O SERVEIS** DE LA NOSTRA COOPERATIVA

Els productes o serveis

- El **producte** és un ben material que les empreses ofereixen als seus clients perquè aquests puguen satisfer les seues necessitats.

  EXEMPLES:

  - Treballs manuals per a vendre: clauers, sabons artesans, moneders, llibretes, polseres, arracades o xicotetes joies, joiers, ciris perfumats, bosses de tela, creacions amb llana, coixins, samarretes pintades a mà o amb serigrafia, targetes de felicitació, caixes decoratives, sotagots, decoració de nadal, decoració de festes, mascaretes, jardineres, suports per a mòbils, pins, objectes amb material reciclat, objectes de ceràmica, etc.
  - Menjar per a *catering* o per a vendre a l'escola.
  - Compra/venda de productes del poble o la comarca.
  - Compra/venda de material escolar.

- El **servei** és un bé de caràcter intangible. Seran les prestacions o activitats organitzades per una empresa per a satisfer necessitats.

  EXEMPLES:

  - Organització del transport escolar.
  - Venda de loteria.
  - Ajuda en tasques del centre escolar.
  - Neteja i organització del reciclatge.
  - Organització de tallers i activitats.
  - Periòdic escolar.

ACTIVITAT

Per grups, fer una llista de productes o serveis que pot fer la vostra cooperativa:

_____

_____

_____

_____

_____

Posteriorment, trieu els productes o serveis que finalment farà la vostra cooperativa.
És possible que tingueu que fer prèviament un estudi de mercat i proves o recerques de material per avaluar la viabilitat de les vostres idees.

PRODUCTE O SERVEI 1: _____

PRODUCTE O SERVEI 2: _____

PRODUCTE O SERVEI 3: _____

“Cap vent és bo per al vaixell que no sap on va”.

Lucio Anneo Séneca

DEFINIR EL PÚBLIC OBJECTIU DEL NOSTRE PRODUCTE O SERVEI

El **públic objectiu** és el grup de persones que volen o necessiten els productes o serveis que la nostra cooperativa va a oferir.

En l'actualitat, aprendre a identificar correctament als nostres potencials clients, és fonamental per a poder dissenyar qualsevol estratègia comercial o de màrqueting. Abans de difondre la nostra publicitat o els nostres catàlegs, és molt important definir "qui és", "com és" i "on està" el nostre client ideal.

Aquesta segmentació de la nostra audiència, ens ajudara a dissenyar una estratègia de màrqueting que explique un missatge més atractiu i efectiu.

A les cooperatives escolars, el públic objectiu pot ser:

- L'alumnat del centre escolar, siga la seua totalitat o d'alguns nivells concrets. Per exemple, "alumnat major de 15 anys" o "Alumnat de 1er i 2on d'ESO".
- Personal docent del centre.
- Pares i mares.
- Públic objectiu de fora del centre escolar. Per exemple: "persones que acudisquen a un mercat o anem a vendre els nostres productes".

Una volta triat el públic objectiu, **cal analitzar-lo per a poder entendre millor les seues necessitats** i adaptar el producte o servei als seus gustos. Podem preguntar a persones del nostre entorn que estiguen dins d'eixe segment de mercat:

- És el producte o servei de la cooperativa realment una necessitat?
- Quin preu màxim pagaria pel producte o servei?
- Quin tipus d'envàs o embalatge podria portar en cas de ser un producte?
- Quina informació ha d'acompanyar al producte o servei?
- Quins canals d'informació utilitza habitualment (tauler d'anuncis del centre, catàlegs, xarxes socials, una parada a un mercat o al mateix centre escolar, etc.)?
- Com podria arribar el producte o serveis al client (una parada de venda, la cafeteria del centre o altres tende, venda directa o a domicili, etc.).
- Quines qualitats especials ha de tenir el producte o servei (mida, presentació, nombre d'unitats, etc.)?

Aquesta informació serà de molta utilitat a l'hora de definir les accions de comunicació.

ACTIVITAT

Definiu el públic objectiu del vostre producte o servei i després feu algunes entrevistes amb les preguntes esmentades. Anoteu les conclusions.

Coca-Cola
Mcdonald's
nutella
Ford
ZARA
MOTOR HARLEY-DAVIDSON CYCLES
Friskies
adidas
TOYOTA
Levi's
MANGO
Mars
SANYO
NIVEA
LG

DEFINIR LA MARCA COMERCIAL DEL NOSTRE PRODUCTE O SERVEI

Una **marca comercial** (en anglés: ***trade mark***) és el conjunt de característiques (nom, disseny, símbol, etc.) que identifica un producte o servei d'una empresa i que el diferencia dels productes d'altres empreses. Pot ser un signe, susceptible de ser representat gràficament, que tinga un caràcter distintiu. Aquests signes poden incloure paraules, noms de persona, lletres, números, elements figuratius, combinacions de colors i qualsevol combinació d'aquests signes. Es poden distingir marques de productes i marques de serveis.

La marca és un element important en la publicitat: serveix com un camí ràpid per a mostrar i dir al consumidor el que estem oferint al mercat. La marca comercial no sols permet la identificació de béns o serveis, sinó també representa el prestigi dels seus fabricants. A vegades aquesta marca pot coincidir amb el nom de l'empresa o també una empresa pot tenir diferents marques comercials.

La marca ha de tenir la força de fer-nos associar moments de les nostres vides amb productes o serveis. És una filosofia de vida, és la petjada diferencial, és una manera de pensar que va d'acord amb una promesa atorgada per un alguna cosa que consumim. És un dels recursos més importants l'estratègia de Màrqueting de qualsevol empresa.

Per a definir la marca podem, en primer lloc, definir alguns d'aquests aspectes:

- Què ens diferència d'altres productes o serveis semblants.
- Quins valors i personalitat té el nostre projecte.
- Quins són els gustos, costums i comportaments del nostre públic objectiu (definits a l'apartat anterior).
- Quins elements poden fer que els nostres clients ens reconeguen fàcilment.

Passos per a crear una bona marca:

1. Definir el **nom de la marca** que siga breu, senzill, de fàcil lectura i pronunciació, vistós, original i fàcil de recordar. Cal evitar nom que puguen ser malinterpretats o donen per a fer bromes.
2. Definir la **personalitat de la marca**, com si fora una persona: alegre, seriosa, innovadora, aventurera, virtuosa, intel·ligent, artística, enèrgica, social, carismàtica, etc.
3. Definir un **logotip** que siga senzill, atractiu, comprensible, fàcil de recordar, que funcione bé en diferents mides, que funcione bé tant en color com en blanc i negre.
4. Definir un bon **eslògan**. L'eslogan és una frase que tinga bona sonoritat, que siga enganxós i fàcil de recordar. Serveix per a completar la identitat de la marca i fer que les persones puguen recordar-la sense necessitat de veure el nom o el logo,
5. Definir **experiències** que enriquisquen la sensació de benestar en el client. Això ajuda a forjar la confiança i els forts llaços amb ells. Crea xarxes de contacte pels quals pugues estar constantment al corrent de l'opinió i sensació dels teus clients.
6. Heu de procurar que hi haja **coherència** en tots els missatges que s'envien al públic objectiu, que vagen moguts per una mateixa línia de comunicació.

Objectius d'una marca

- Crear l'entorn ideal per acompanyar als productes o serveis que comercialitzem.
- Oferir un valor addicional als nostres clients, millorant, d'aquesta manera, la relació i la fidelització.
- Crear una comunitat de clients que generen sentiment d'estima cap a la marca.
- Augmentar l'interés i la confiança amb els nostres productes o serveis.
- Augmentar el valor de la nostra oferta.
- Reforçar la imatge de la nostra cooperativa.

ACTIVITAT

Utilitzeu aquesta taula per recollir totes les propostes de MARCA i veure si compleixen amb les recomanacions ficant a la columna de l'esquerra el nom de la marca i a la resta de columnes segons si compleixen o no amb elles:

PROPOSTA DE MARCA	BREU	FÁCIL LECTURA	FÀCIL PRONUNCIACIÓ	FÀCIL DE RECORDAR	NO ES PODEN FER BROMES	NO ES POT MALINTERPRETAR

La marca que més recomanacions compleix és _____

ACTIVITAT

Quina personalitat té la marca triada?

ALEGRE ☐
SERIOSA ☐
INNOVADORA ☐
AVENTURERA ☐
VIRTUOSA ☐
INTEL·LIGENT ☐
ARTÍSTICA ☐
ENÈRGICA ☐
SOCIAL ☐
CARISMÀTICA ☐
_____ ☐
_____ ☐
_____ ☐
_____ ☐
_____ ☐

GUIA PER A CREAR UN LOGOTIP

1. Tria una tipografia

Les tipografies transmeten molta informació sobre la personalitat de la marca. Podeu triar entre diferents tipus i també utilitzar-la en majúscules, minúscules, negreta, cursiva, etc.:

MARCA ALEGRE

MARCA SERIOSA

MARCA INNOVADORA

MARCA ARTÍSTICA

MARCA ENÈRGICA

MARCA AVENTURERA

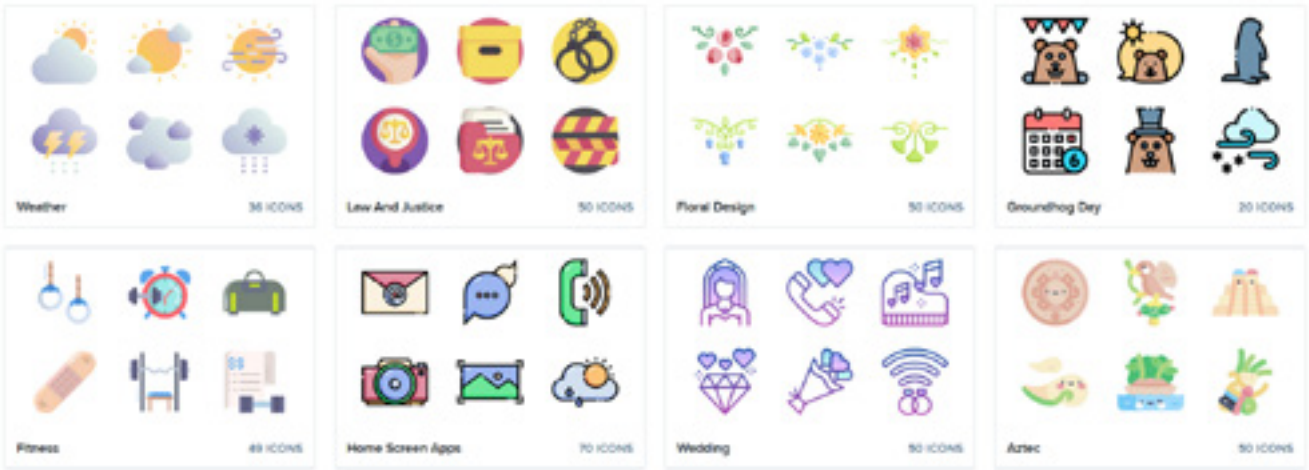
MARCA CARISMÀTICA

Podeu descarregar tipografies gratuïtes a esta web: https://www.dafont.com/es/

2. Tria un anagrama

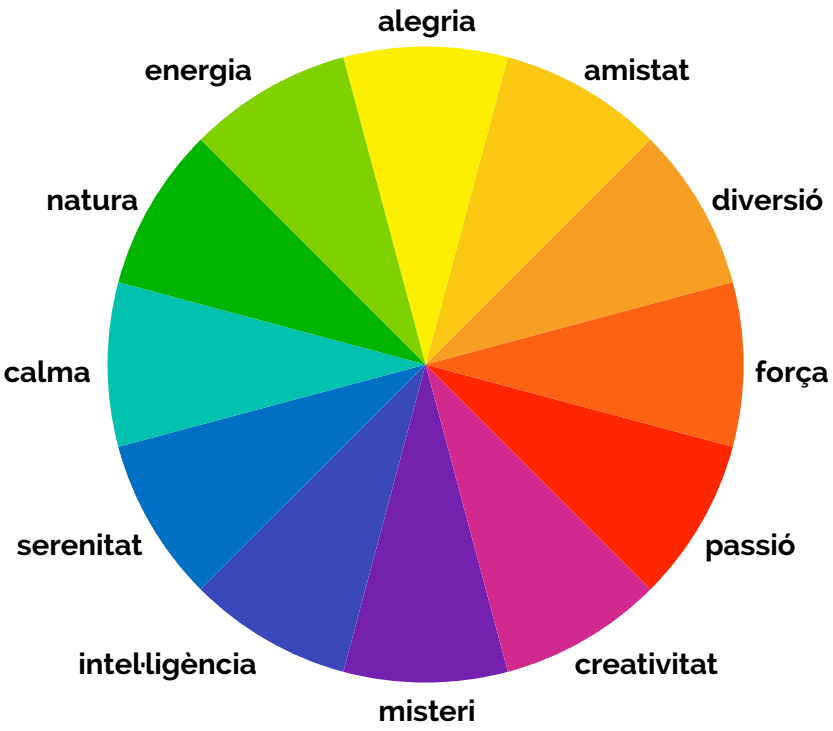
L'anagrama és un dibuix que forma part de la marca, encara que no és obligatori. Hi ha moltes marques que utilitzen només la tipografia.

L'anagrama pot ser una forma figurativa o abstracta. El que millor funciona és que siga senzill i simple, que no copie altres marques i que combine bé amb la tipografia triada. Podeu trobar molts recursos a internet en pàgines com: https://www.flaticon.com/ i https://www.freepik.es/ flat



3. Tria un color

Els colors també tenen la capacitat de transmetre emocions. És recomanable fer primer la marca en blanc i negre, i després podeu buscar un color que puga transmetre la personalitat de la marca:



4. Quins programes podem utilitzar per a fer el nostre logotip

A les xarxes hi han moltes ferramentes gratuïtes que poden ser de molta utilitat a l'hora de fer un logotip:

Logogenie - https://www.logogenie.net

Aquesta eina dóna la possibilitat de seleccionar imatges i símbols segons el tipus d'activitat. Permet també agregar textos, formes i colors.

Logogratis - https://logogratis.com

Amb aquesta eina en línia es pot crear gratis un logo i descarregar-lo en baixa resolució.

Canva - https://www.canva.com

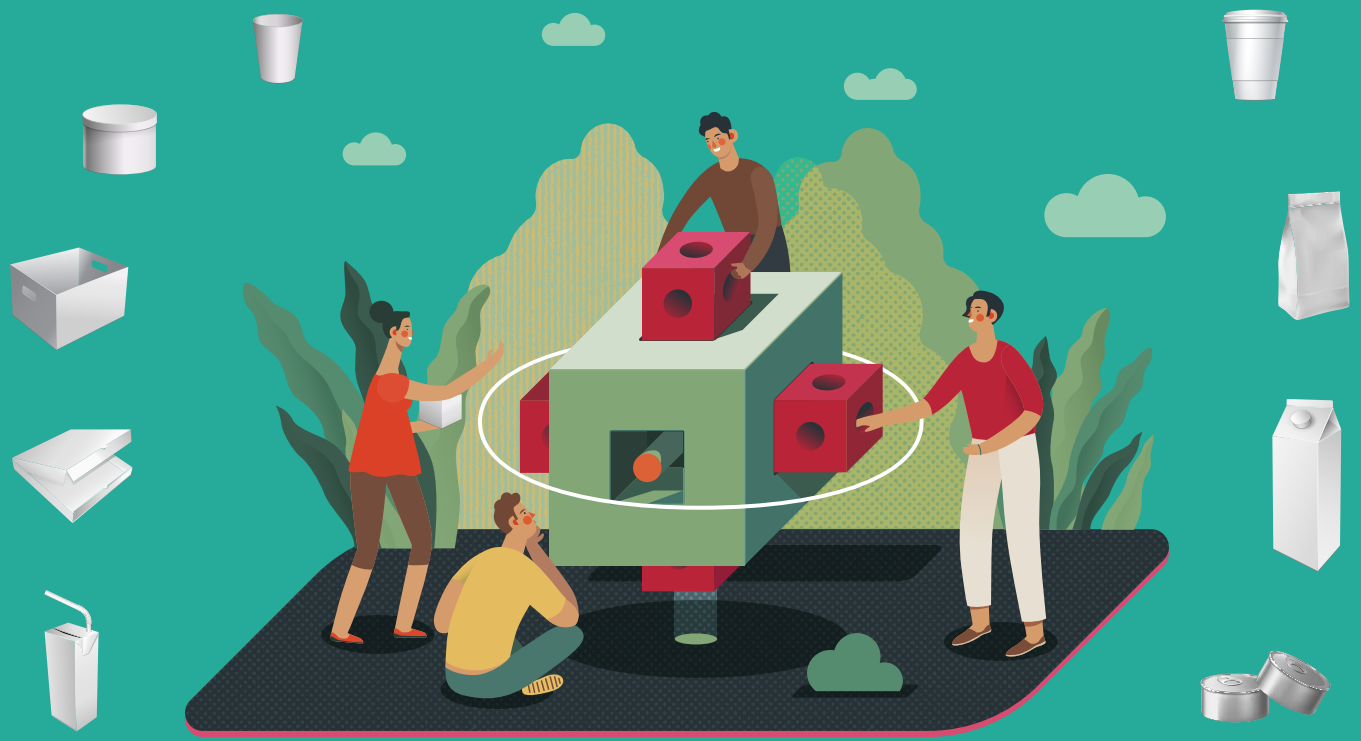
És un programa en línia bastant complet que et permet editar el teu logotip. És possible també personalitzar-lo a partir d'una plantilla predeterminada.

LogoFactory - https://www.logofactoryweb.com

Encara que no té tantes opcions de personalització com altres eines, si no voleu haver de deixar dades és una opció a tindre en compte perquè permet crear un logo i descarregar gratis sense haver de registrar-se.

ACTIVITAT

Utilitzeu aquesta pàgina en blanc per a fer esbossos del vostre logotip:



DISSENYAR L'ENVÀS I L'EMBALATGE DEL NOSTRE PRODUCTE

No és el mateix envàs que embalatge.

- **Envàs:** És el material que conté o guarda un producte i que forma part integral del mateix; serveix per a protegir la mercaderia i distingir-la d'altres articles. En forma més estricta, l'envàs és qualsevol recipient, llanda, caixa o embolcall propi per a contenir alguna matèria o article. També se li coneix com a "Embalatge Primari". Per exemple: Un brick de llet o els plàstics que envolten els aliments.
- **Embalatge:** Són tots els materials, procediments i mètodes que serveixen per a condicionar, presentar, manipular, emmagatzemar, conservar i transportar una mercaderia. L'embalatge en la seua expressió més breu és la caixa o embolcall amb que es protegeixen les mercaderies per al seu transport i emmagatzematge.

El protagonisme de l'envàs és cada vegada major. Determinats productes es reconeixen instantàniament per la grandària, la forma i el color del seu envàs. Un canvi d'envas pot fer remuntar les vendes d'un producte.

Les funcions de l'envàs són:

- Conservar i protegir.
- Facilitar el transport, emmagatzematge i manipulació.
- Diferenciar el producte.
- Provocar la compra.

Podeu fer vosaltres mateix els envasos amb diferents materials: paper, cartó, tela... o fins i tot podeu també comprar i personalitzar els envasos amb algun adhesiu o segell.

Alguns recursos interessants:

Templatemaker - https://www.templatemaker.nl/es/

Aquesta eina permet descarregar plantilles de caixes i tota mena d'envasos perquè pugueu construir-les vosaltres mateix.

Videotutorial sobre com fer un segell - https://youtu.be/M5Isi6ne0sM

DEFINIR ELS CANALS DE DISTRIBUCIÓ I VENDA DEL NOSTRE PRODUCTE O SERVEI

El canal de distribució permet fer arribar els productes d'una empresa als seus clients. En la majoria dels casos és necessària la intervenció de diversos intermediaris (distribució indirecta):

- **Majoristes:** venen a altres intermediaris.
- **Detallistes:** venen al consumidor.

Com més intermediaris tinga un canal, més s'encareix el producte.

També es poden distribuir els productes a través d'un punt de venda, com poden ser:

- Obrir una tenda.
- Posar un lloc de venda a un mercat o al centre escolar.
- Vendre on-line a través d'un portal web.
- Contactar directament amb el públic objectiu (per exemple per les xarxes socials) i fer arribar els productes directament al domicili per correus o a través d'algun altre sistema de transport.

Recorda que és important definir el canal de distribució i venda per a conéixer més concretament quins seran els costos de producció del nostre producte que afectaran al preu final.

ACTIVITAT

Quin serà el canal de distribució que heu triat per als vostres productes o serveis?

DEFINIR EL PREU DEL NOSTRE PRODUCTE O SERVEI

El primer pas per a determinar el preu d'un producte o servei es conèixer quins sons els costos que tenim per a poder produïrlo. Hi ha de dos tipus:

- **Costos fixos:** són costos que anem a tindre igual si produïm o no. No depenen del volum de la producció. Exemples: lloguer, salaris del personal fixe, assegurances, maquinària, permisos, etc.
- **Costos variables:** aquests varien en funció del nombre d'unitats que es van a produïr. Exemples: matèries primeres, suministres, costos dels envasos i embalatges, transport, etc.

COST TOTAL = COSTOS FIXOS + COSTOS VARIABLES

PREU = COST TOTAL / UNITATS PRODUÏDES

ACTIVITAT

COSTOS FIXOS:

COSTOS VARIABLES (van en funció del número d'unitats a produïr):

CÀLCUL DEL PREU UNITARI:

DISSENYAR LA PUBLICITAT I PROPAGANDA DEL NOSTRE PRODUCTE O SERVEI

La publicitat ha de ser:

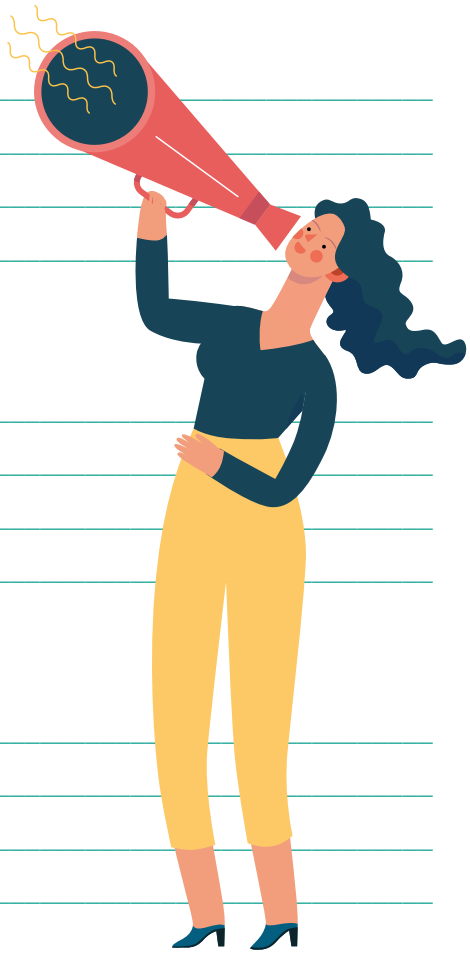
- **Informativa** en l'etapa d'introducció producte, perquè el públic objectiu conega els avantatges del producte.
- **Persuasiva** en les etapes de creixement i maduresa, quan el públic objectiu ja coneix el producte o servei.
- **Orientada** a mantenir en l'etapa de declivi, quan decreixen les vendes.

Per poder llançar una campanya de publicitat cal definir:

- Els **objectius de la campanya**. Exemples: donar a conéixer el producte o informar sobre les seues característiques, recordar la seua existència o motivar a la seua compra.
- Els **medis publicitaris** que utilitzarem per a fer arribar el missatge al públic. Exemples: tauló d'anuncis del centre, ràdio, diaris, internet, correu electrònic, xarxes socials, esdeveniments, cartells, fullets, catàlegs, etc.
- Els **pressupostos** per a promoció tendeixen a ser majors en les primeres etapes, perquè cal fer tots els elements informatius (catàlegs, fullets, cartells, publicitat en xarxes socials, fotografies dels productes, etc.) i van decaient en les de maduresa i declivi.

ACTIVITAT

QUINS SÓN ELS OBJECTIUS DE LA CAMPANYA:



QUINS MEDIS PUBLICITARIS S'UTILITZARAN:

QUAN COSTA FER LA CAMPANYA DE PUBLICITAT:

COM FER UNS ESTATUTS

UCEV
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

Què són els estatuts?

Les Cooperatives regulen el seu funcionament a través dels Estatuts, aprovats per l'Assemblea General.

Els estatuts en una cooperativa són les normes fonamentals que van a regir en l'empresa, són l'ànima de qualsevol societat, però la majoria de les vegades els emprenedors opten pel camí fàcil del model estàndard. A la llarga, sorgeixen els problemes. D'ací la importància d'incloure clàusules específiques. Ha d'aparèixer tot per escrit per a poder complir-ho després.

Què inclouen els estatuts?

- Denominació, domicili i activitats de la cooperativa.
- Socis: Drets i obligacions.
- Òrgans de la societat: Assemblea General i persones que formaràn el Consell Rector.
- Règim econòmic: aportacions, responsabilitat, comptes.
- Motius de dissolució i liquidació de la cooperativa.

EXEMPLE DE ESTATUTS

CAPITOL I

DENOMINACIÓ, DOMICILI, ÀMBIT, ACTIVITATS I DURADA

Art.1.- Denominació i règim legal.

Amb la denominació de "XXXXX, S.C.V."(1), es constitueix una Societat Cooperativa de Treball Associat Escolar.

La Societat es constitueix per temps il·limitat. (2).

(1) La denominació de la Societat inclourà necessàriament les paraules "Societat Cooperativa"

(2) Encara que l'habitual és que siga per temps il·limitat, també podrà ser-ho per temps "limitat".

Art.2.- Domicili social.

El domicili social de la Cooperativa s'estableix al carrer XXXXXXX.

Art.3.- Àmbit territorial.

El País Valencià

Art.4.- Activitat econòmica i Objectiu social.

La cooperativa té per objectiu les següents activitats: (3)

Aquestes activitats seran desenvolupades per tots els socis de la nostra cooperativa de forma equitativa i responsable.

(3) Detallar totes les activitats que farà la cooperativa.

CAPITOL II

DELS SOCIS

Art.5.- Persones que poden ser socies.

1.- Poden ser persones socies treballadores d'aquesta Cooperativa els alumnes/as de (4).

(4) Ficar el nom del grup i el centre escolar

Art.6.- Adquisició de la condició de persona socia.

1.- Per a ser persona socia d'aquesta cooperativa, en el moment de la constitució de la Cooperativa, serà necessari:

a) Formar part del grup que contitueix la cooperativa.

b) Desemborsar les quantitats de diners que es refereix l'article 38.1 d'aquests Estatuts.

2.- Per a adquirir la condició de persona socia amb posterioritat a la constitució de la Cooperativa, serà necessari:

a) Ser admès com a persona socia per l'Assemblea.

b) Desemborsar les quantitats de diners que haja acordat l'Assemblea.

Art.7.- Procediment d'admissió.

1.- La persona interesada formularà la sol•licitud d'admissió, per escrit, a l'Assemblea General la qual haurà de resoldre. L'acord no pot ser discriminatori.

Art.8.- Socis treballadors en situació de prova.

1.- L'admissió d'un nou soci treballador, ho serà en situació de prova.

2.- El període de prova serà de 3 mesos.

3.- Els socis treballadors, durant el període de prova, tindran els mateixos drets i obligacions que els altres socis.

Art.9.- Obligacions de les persones socies treballadores.

Les persones socies que treballen a la cooperativa estan obligades a:

a) Efectuar el desemborsament de les aportacions.

b) Assistir a les reunions de l'Assemblea General.

c) Complir els acords adoptats pels òrgans socials de la Cooperativa.

d) Participar en les activitats que desenvolupa la Cooperativa,

g) Acceptar els càrrecs per als quals sigueren triats, excepte justa causa d'excusa.

h) Participar en les activitats de formació.

Art.10.- Drets de les persones socies treballadores.

es persones socies que treballen a la cooperativa tenen dret a:

a) Participar en l'activitat econòmica i social de la Cooperativa.

b) Participar, amb veu i vot, en l'Assemblea General.

c) Triar i ser triades per als càrrecs dels diferents òrgans de la Cooperativa.

d) Exigir informació i formació.

i) Rebre la liquidació de la seua aportació en cas de baixa o dissolució de la societat.

Art.11.- Dret d'informació.

1.- Les persones socies rebran, un exemplar dels Estatuts Socials.

2.- Podran examinar els documents comptables.

3.- Podrà sol•licitar del Consell Rector, els aclariments que considere necessaris.

4.- En tot cas, el Consell Rector haurà d'informar als socis, almenys cada trimestre.

Art.12.- Baixa Voluntària

1.- La persona socia pot donar-se de baixa voluntàriament en la Cooperativa en qualsevol moment, mitjançant preavís per escrit al Consell Rector.

Art.13.- Baixa Obligatòria

1.- Cessaran obligatòriament com a persones socies treballadores, aquelles que no desenvolupen les activitats de la cooperativa.

2.- Per la falta de desemborsament en els terminis previstos de l'aportació obligatòria mínima al capital social.

Art.14.- Normes i faltes

1.- Els socis només podran ser sancionats per les faltes que es nomenen en aquests estatuts. Les sancions seran les establides en ells.

2.- Les faltes comeses per les persones sociess, es classifiquen en molt greus, greus i lleus.

Són faltes molt greus:

a) La falta de respecte als socis companys de la Cooperativa.

b) La no participació en les activitats de la cooperativa.

i) L' incompliment de les obligacions econòmiques amb la Cooperativa.

g) No fer cas als acords del Consell Rector o l'Assemblea.

j) La reiteració de faltes greus.

Són faltes greus:

a) Faltar injustificadament a les Assemblees Generals.

b) Els maltractaments de paraula o d'obra a altres socis.

d) No complir les normes.

i) L' incompliment de les obligacions.

j) No fer el seu treball, sense causa justificada.

k) La reiteració de faltes lleus.

Són faltes lleus:

a) La falta d'assistència no justificada

d) La lleugera incorrecció amb socis o treballadors de la Cooperativa.

i) Negligència o descuit en fer de les seues tasques.

Art.15.- Sancions i prescripció

1.- Les sancions que es podran imposar als socis seran:

a) Per faltes molt greus, Suspensió dels seus drets, Sanció econòmica, Expulsió.

b) Per les faltes greus, la sanció podrà ser d'amonestació per escrit. Suspensió dels seus drets.

c) Per faltes lleus, la sanció podrà ser d'amonestació verbal o per escrit.

2.- Les faltes molt greus prescriuran als 12 mesos, les greus als 6 mesos i les lleus als 3 mesos.

Art.16.- Òrgan sancionador i procediment

1.- La facultat sancionar li correspon al Consell Rector.

2.- El procediment per a sancionar faltes greus o molt greus s'iniciarà amb un acord del Consell Rector. L'acord quedarà anotat en l'acta de la reunió. En l'acord es faran constar els fets, la seua classificació com a falta i la sanció que es proposa.

L'acord es notificarà a la persona afectada. Aquest disposarà d'un termini de set dies per a al•legar el que vullga dir en la seua defensa.

Art.17.- Expulsió

En tots els supòsits en què la sanció siga la d'expulsió del soci, solament podrà ser acordada pel Consell Rector per falta molt greu, i ratificada per l'Assemblea General.

CAPITOL III

ÒRGANS DE LA SOCIETAT

Secció Primera.- L'Assemblea General

Art.22.- Composició, classes i competència:

1.- L'Assemblea General, és la reunió de les persones socies per a deliberar i prendre acords, com a òrgan suprem.

2.- Els acords de l'Assemblea General obliguen a tots els socis, fins i tot als dissidents i als quals no hagen participat en la reunió.

3.- Les Assemblees Generals podran ser ordinàries o extraordinàries.

4.- L'Assemblea general pot debatre sobre qualsevol assumpte d'interès de la cooperativa, però solament podrà decidir sobre qualsevol matèria inclosa en l'ordre del dia.

5.- En tot cas, el seu acord serà necessari en les següents ocasions:

a) Nomenament i revocació dels membres del Consell Rector.

b) Aprovació dels comptes anuals.

c) Establiment de noves aportacions obligatòries.

d) Modificació dels Estatuts socials.

i) Dissolució de la Societat.

Art.23.- Convocatòria de l'Assemblea General

1.- L'Assemblea General ordinària serà convocada pel Consell Rector una vegada a l'any, per a aprovar els comptes de l'exercici.

2.- L'Assemblea General Extraordinària es convocarà a iniciativa del Consell Rector o a petició del 25% dels socis.

3.- En la convocatòria de l'Assemblea General, tots els socis haurà de, tenir notícia de la convocatòria.

4.- La convocatòria haurà d'expressar amb claredat els assumptes a tractar.

5.- L'Ordre del Dia serà fixat pel Consell Rector.

Art.24.- Constitució i funcionament de l'Assemblea

1.- L'Assemblea General se celebrarà en el domicili social de la Cooperativa

2- Quedarà vàlidament constituïda en primera convocatòria si estan presents o representats més de la meitat dels socis

3.- Presidirà l'Assemblea el President del Consell Rector. Actuarà de Secretari el que el siga del Consell Rector.

4.- L'acta de l'Assemblea, que haurà de redactar el Secretari de la mateixa, expressarà almenys de manera succinta, un resum dels assumptes debatuts

5.- L'acta de la sessió serà aprovada per la pròpia Assemblea General.

6.- L'acta es passarà al corresponent Llibre d'Actes de l'Assemblea General, pel Secretari de la mateixa.

Art.25.- Dret de vot i adopció d'acords

1.- Cada soci té dret a un vot.

2.- La delegació de vot, que només podrà fer-se per a una Assemblea concreta.

3.- L'Assemblea General adoptarà els acords per majoria simple dels vots vàlidament emesos.

4.- Serà necessària la majoria dels dos terços dels vots per a adoptar acords de transformació, modificació d'Estatuts, fusió, escissió i dissolució.

Òrgans de govern

Consell Rector: Òrgan de govern, representació i gestió de la cooperativa. Els estatuts regulen la seua composició. Les figures representades són, normalment, la presidència, la secretaria i la tresoreria, però cada cooperativa pot triar les seues pròpies. Els membres són elegits per l'Assemblea General.

Assemblea General: Composada per tots els socis, és la màxima expressió de la voluntat social de la cooperativa.

Què aconseguim amb els Estatus i els òrgans de govern?

Entendre la importància de l'existència de normes i respectar-les.

Aplicar els valors cooperatius: igualtat, participació, solidaritat, formació...

Practicar la gestió democràtica.

Comprendre la necessitat de regular l'activitat econòmica.

5.- Només es podran prendre acords sobre els assumptes que consten en l'ordre del dia.

6.- Les votacions seran secretes, si així ho sol•liciten el 25% dels vots presents i representats.

Art.26.- Impugnació d'acords de l'Assemblea General

Els acords de l'Assemblea General que siguen nuls per ser contraris a la Llei.

Secció Segona.- El Consell Rector

Art.27.- Concepte i competència

1.- El Consell Rector és l'òrgan de representació, govern i gestió de la Societat Cooperativa, fixada per l'Assemblea General.

2.- El President del Consell Rector, que ho és també de la Cooperativa, té la representació de la Societat

Art.28.- Composició

1.- El Consell Rector es compondrà de 4 membres titulars.

2.- Els càrrecs del Consell Rector seran: President, Vicepresident, Secretari, Tresorer.

3.- El President de la Cooperativa: Té atribuïda la presidència del Consell Rector i de l'Assemblea General, així com la representació de la Cooperativa.

a) Representar a la Cooperativa

b) Convocar i presidir les sessions i reunions dels òrgans socials.

c) Vigilar i procurar el compliment dels acords dels òrgans socials.

d) Signar amb el Secretari les actes de les sessions.

i) Adoptar en cas de gravetat, les mesures urgents que estime precises, adonant immediatament al Consell Rector.

4.- El Vicepresident:

Li correspon substituir al President en cas d'absència del mateix.

5.- El Secretari: Li correspon:

a) Portar i custodiar els llibres.

b) Redactar, l'acta de les sessions del Consell Rector i de l'Assemblea General que actue com a Secretari.

6.- El Tresorer:

Custodiarà els fons de la Cooperativa.

Art.29.- Elecció, Durada, cessament i vacants

1.- Només poden ser triats membres del Consell Rector els socis de la Cooperativa.

2.- Els membres titulars del Consell Rector seran triats per l'Assemblea General, en votació secreta, pel major nombre de vots.

L'Assemblea General triarà d'entre els seus membres al President, Vicepresident, Secretari i altres càrrecs.

3.- El nomenament dels membres del Consell Rector farà efecte des del moment de la seua acceptació.

4.- Els membres del Consell Rector seran triats per un període d'1 any

Els membres del Consell Rector continuaran ostentant els seus càrrecs fins al moment en què es produïsca la renovació.

5.- Els membres del Consell Rector podran ser destituïts del seu càrrec en qualsevol moment per acord de l'Assemblea.

Art.30.- Funcionament del Consell Rector

1.- El Consell Rector haurà de reunir-se almenys una vegada cada setmana.

2.- Els acords s'adoptaran per més de la meitat dels vots.

Cada Conseller tindrà un vot. El vot del President dirimirà els empats.

3.- L'acta de la reunió arreplegarà els debats en forma reduïda i el text dels acords.

Art. 31.- Responsabilitat dels membres del Consell Rector

1.- Els membres del Consell Rector exerciran el seu càrrec amb la diligència i bona fe

Art.32.- Impugnació dels acords del Consell Rector

Els acords del Consell Rector que s'oposen a aquests Estatuts o lesionen, en benefici d'un o diversos socis, podran ser impugnats.

Art.35.- Auditoria externa

Els comptes anuals hauran de ser verificades per persones alients a la Cooperativa.

CAPITOL IV

RÈGIM ECONÒMIC

Art.36.- Responsabilitat

Els socis no respondran personalment dels deutes socials.

No obstant açò, el soci que cause baixa en la Cooperativa respondrà personalment pels deutes socials.

Art.37.- Capital Social

1.- El capital social mínim amb el qual pot funcionar la Cooperativa i que haurà d'estar desemborsat es fixa en 5 euros.

2.- El capital social estarà constituït per les aportacions obligatòries i voluntàries dels socis.

3.- Les aportacions al capital social s'acreditaran mitjançant inscripció en el Llibre d'aportacions al capital Social.

Art.38.- Aportacions obligatòries

1.- L'aportació obligatòria mínima per a ser soci serà de 5 euros.

2.- L'Assemblea General, podrà exigir noves aportacions obligatòries, fixant la quantia, terminis i condicions.

Art. 39.- Aportacions i quota d'ingrés dels nous socis

1.- L'Assemblea General fixarà la quantia de les aportacions obligatòries dels nous socis. El seu import no podrà ser inferior a la quantitat establida com a aportació obligatòria mínima per a ser soci, fixada en l'article anterior.

Art.40.- Aportacions Voluntàries

1.- L'Assemblea General podrà acordar l'admissió d'aportacions voluntàries al capital social.

Art.41.- Interessos i actualització de les aportacions

1.- Les aportacions obligatòries no generen interessos.

2.- Les aportacions voluntàries no generen interessos.

Art.44.- Reemborsament de les aportacions

1.- En cas de baixa del soci, aquest té dret per a exigir el reemborsament de les aportacions al capital social.

2.- De les aportacions es deduiran les pèrdues imputables al soci.

Art.45.- Determinació dels resultats de l'exercici econòmic:

1.- En la determinació dels resultats de l'exercici econòmic es consideren beneficis, a la diferència entre els ingressos obtinguts, menys les despeses, produïts per l'activitat de la *Coop.

Art.46.- Imputació dels excedents de l'exercici econòmic

1.- Els beneficis descrits en l'article anterior, es destinaren a l'objecte social de la *Coop.

Art.48.- Imputació de pèrdues

Les pèrdues que resulten s'imputaran als socis treballadors.

Les pèrdues imputades a cada soci se satisfaran per aquest en metàl•lic, dins de l'exercici econòmic.

Art.51.- Exercici econòmic. Comptes anuals

1.- Anualment, i, amb referència al dia 1 del mes juny quedarà tancat l'exercici econòmic anual.

CAPITOL V

DELS LLIBRES I COMPTABILITAT

Art.52.- Documentació social

1.- La Cooperativa portarà un llibre amb les següents dades:

a) Registre de Socis.

b) Registre d'Aportacions al Capital Social.

c) Actes de l'Assemblea General.

d) Actes del Consell Rector.

f) Comptabilitat

CAPITOL VI

DE LA DISSOLUCIÓ I LIQUIDACIÓ

Art. 53 Dissolució de la Cooperativa

La Cooperativa es dissoldrà per acord de l'Assemblea General, adoptat per una majoria de dos terços dels vots presents.

Art. 54. Liquidació, adjudicació de l'haver-hi social i extinció de la cooperativa

1.- En el cas de dissolució de la cooperativa seran triats per l'Assemblea General, d'entre els socis treballadors, en votació secreta els liquidadors, en nombre de 3.

2.- Aquests liquidadors s'encarregaren de calcular i de reintegrar les aportacions que corresponguen als socis.

EL PLA DE PRODUCCIÓ

UCEV
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

El Pla de Producció té com a objectiu descriure les operacions de l'empresa, és a dir, el procés de fabricació del producte o de prestació del servei, així com els recursos humans, materials i tecnològics necessaris per al funcionament d'aquestes operacions.

En aquest **Pla de producció** haurem de definir:

- La localització i instal·lacions on anem a fabricar els productes o a desenvolupar els serveis.
- Definició de l'equipament que necessitarem per produir (maquinària, transport, mobiliari).
- Descripció de les diferents fases del procés productiu.
- Definició de les necessitats de matèries primeres i altres aprovisionaments, recerca de proveïdors i negociació de preus.

DEFINIR EL LLOC ON FAREM LA NOSTRA ACTIVITAT

Infraestructures i instal·lacions

Una volta tingam clara quina serà la nostra activitat, tenim que començar a detallar com serà el procés de fabricació o com oferirem el nostre servei. En tots dos casos, necessitarem unes infraestructures i un equipament per a poder desenvolupar la nostra activitat.

Per exemple, si el que volem fer es vendre samarretes estampades... Necessitarem un lloc on poder instalar una màquina o aparell de estampació. Espai per fer la estampació i per enmagatzemar el material que anem produint, un punt de venda, etc.

En el cas de les cooperatives escolars, segurament podrem comptar amb les pròpies instal·lacions del centre educatiu, pero hem de planificar en quin moment farem ús dels espais per tant de informar al centre i **demanar permisos per a fer-ne ús**.

Exemples de instal·lacions son:

- Locals i altres instal·lacions, com poden poden ser aules, cuines, tallers o altres espais del centre educatiu.
- Xicoteta maquinaria, com per exemple una màquina de estampació.

A l'hora de fer el nostre pla de producció necessitem també tenir en compte els costos de lloguer o compra de estos elements, per tant de calcular els costos totals de producció i no tenir sorpreses més endavant.

ACTIVITAT

Per grups, responguеu a aquestes preguntes:

- Necessitem un local per a fabricar els nostres productes? _____
- Podem demanar les instal·lacions del centre? _____
- Què necessitem? _____
- En quin horari utilitzarem les instal·lacions? _____
- Podem utilitzar les instal·lacions soles o necessitem la supervisió del personal del centre? _____
- Hi ha costos per la utilització de les instal·lacions? _____
- Una vegada tinguem els nostre productes, necessitem espai per emmagatzemar o vendre els nostres productes? Podem utilitzar altres espais del centre? _____
- Necessitem utilitzar alguna maquinària que hi ha al centre? Quina? _____
- Per a utilitzar-la necessitem la supervisió del personal del centre? _____
- En quin horari podem utilitzar-la? _____
- Sabem utilitzar la maquinària o necessitem que ens ensenyen? _____

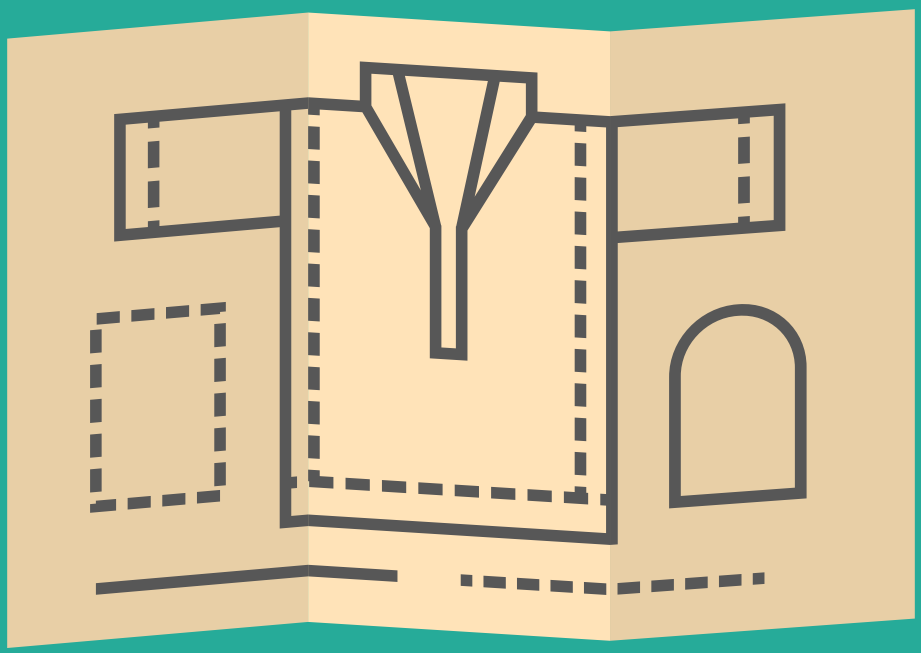
Després de respondre a les preguntes intentarem fer un pla amb horaris de l'ús de les instal·lacions del centre o qualsevol altra que necessitem i del seu cost, en cas que tinga.

EL PLA DE PRODUCCIÓ HA DE RESPONDRE MOLTES PREGUNTES

Què produir?

Quan produir?

Quant produir?



DEFINIR L'EQUIPAMENT I APROVISIONAMENTS NECESSARIS

A més de les instal·lacions, hem de realitzar un estudi de les **necessitats d'equipament** mínimes per a poder fer totes les activitats:

- Eines i utillatge, etc. Per exemple, tisores, fil, paper, cola,
- Elements de transport. Per portar el producte acabat fins al consumidor.
- Mobiliari on poder fer la nostra activitat.

També cal analitzar les necessitats d'equipament informàtic i de comunicacions;

- Ordinadors, impressores, programes informàtics, etc.
- Telèfon, *wi-fi*, connexions a Internet, correu electrònic, etc.

Haurem de comprovar si tenim tot l'equipament necessari per a la nostra activitat i si no l'haurem de comprar i tindre en compte el seu cost a l'hora de calcular els costos de fabricació.

També és necessari saber quines son les necessitats de matèries primes i altres aprovisionament per poder proveir el procés productiu. Cal, a més, buscar proveïdors i negociar els preus i les condicions de pagament de totes les coses que siga necessari comprar.

Hem de tenir en compte que l'equipament el necessitem, encara que fem poques unitats de producte, però la quantitat d'aprovisionament dependrà de la quantitat de producte que anem a fer, per tant haurem de calcular quantes unitats s'han de produir o anar comprant més a mesura que anem necessitant, segons la demanda.

ACTIVITAT

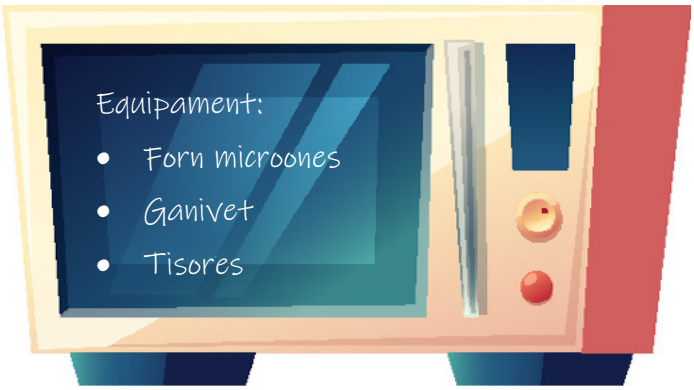
Seria interessant fer un prototip del vostre producte o servei. Això vos ajudarà a saber quines seran les vostres necessitats equipament i aprovisionaments per a poder fabricar el vostre producte o preparar el vostre servei.

Després de fer el prototip, que eines o materials hem utilitzat?:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Amb tota esta informació ja podem passar a detallar el procés productiu!!!

EXEMPLE DE PROCÉS DE FABRICACIÓ DE SABONS ARTESANS



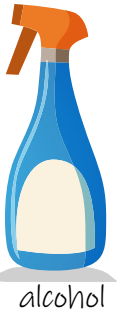
Materials base:

sabó base de glicerina

motles per a sabó

palets de fusta

olis essencials



alcohol isopropílic en esprai

envasos per a microones

material per a envasar

PASSOS DEL PROCÉS:

TASCA1: Comprar el material

- Recerca de proveïdors de cada material.
- Comparar preus.
- Calcular la quantitat necessària de cada material segons la producció estimada.
- Comprar.

TASCA2: Preparar el sabó

- Tallar la base del sabó en trossos més xicotets (farà falta un ganivet i una superfície per a tallar).
- Ficar en un envàs apte per a microones (farà falta un microones).
- Calfar la base de sabó 30 segons al microones.
- Mesclar la base amb els palets de fusta i tornar a calfar en el microones durant uns segons més fins que el sabó estiga completament fos.
- Afegir olis essencials i continuar mesclant fins a obtenir una consistència homogènia (cal fer proves per veure quins olis essencials triar).
- Ruixar els motles amb alcohol isopropilíptic per a evitar la formació de bambolles.
- Emplena els motles amb la mescla fosa i deixa-la reposar durant unes hores fins que els sabons es refreden.
- Traure els sabons dels motles.

TASCA 3: Envasar i embalar

- Envasar i empaquetar per a la venda.
- Preparar caixes i portar-les als punts de venda.

Al procés de producció haurem de pensar també:

- Quines persones s'encarregaràn de cada tasca o si es farà tot entre totes les persones de la cooperativa.
- Quins horaris hi ha disponibles per a treballar en les instal·lacions del centre. Això ens pot ajudar a organitzar diferents grups de treball, segons les disponibilitats horaries.
- Quins serveis de venda fan falta (atenció al client, bustia de suggeriments, informació sobre els productes o serveis, etc.) i com ens organitzem per donar eixos serveis.
- Quina capacitat de producció tenim per cada hora de treball. Així sabrem quant de temps necessitem per aconseguir els nostres objectius de producció segons les previsions de venda que haurem fet al nostre Pla de Màrqueting.
- Diferenciar entre els costos fixos (els hem de pagar tant si fabriquem com si no) i els costos variables (aquells relacionats amb la quantitat que produim, quan més produïm, més material necessitem). En el nostre exemple son costos fixos els motles, palets i envasos per a microones. I son costos variables el sabó base, els olis essencials, l'alcohol isopropílic i el paper d'envasar.

ACTIVITAT

Prenent com a exemple el procés de fabricació de sabons artesans descrit en la pàgina anterior, expliqueu pas a pas el procés productiu del vostre producte o servei detallant tot l'equipament i materials necessaris.

DEFINIR EL PLA DE PRODUCCIÓ

Arriba el moment de concretar tot en un document que en servirà molt a l'hora d'organitzar la producció i calcular els costos dels nostres productes.

Seguint amb l'exemple del procés de fabricació de sabons artesans,

PREVISIÓ DE VENDES: 500 sabons.

¿Quins materials necessitem per produir 500 sabons?

- **50 kg.** de sabó base de glicerina - Preu 5 euros per kg. = **250 euros**
- **5 motles** per a 10 sabons - Preu 2 euros per motle **= 10 euros**
- **20 palets** de fusta - Preu 1,64 lot de 10 unitats = **3,28 euros**
- **50 ml.** d'olis essencials de diferents aromes - Preu 5 euros per 10 ml. = **25 euros**
- **2 litres** d'alcohol isopropílic - Preu 11 euros per litre = **22 euros**
- **5 envasos** per a microones - Preu 3 euros per un pitxer mesurador = **15 euros**
- **25 metres** de paper Kraft d'envasar - Preu 15 euros per una bobina de 25 metres = **15 euros**
- **50 metres** de corda de jute per envasar - Preu 2 euros per 50 metres. = **2 euros**

TOTAL materials = 333,28 euros para produir 500 sabons

COST material unitari = 0,67 euros per cada sabó.

¿Quant de temps necessitem per produir 500 sabons?

Si fem 50 sabons en 1 hora... necessitarem treballar 10 hores per a fabricar 500 sabons.

¿Quines instal·lacions del centre necessitem per produir 500 sabons?

Necessitarem un taller amb un microones i una prestatgeria per deixar refredar els sabons.

Treballarem 1 hora cada dia perquè done temps de refredar el sabó.

¿Quantes persones necessitem per produir i vendre 500 sabons?

Un equip de 3 persones per a fer sabons. Produiran 50 sabons cada hora.

Un equip de 3 persones per a envasar els sabons. Envasaran 50 sabons cada hora.

Un equip de 3 persones per a fer el màrqueting (5 hores), la distribució (2 hores) i la venda (10 hores).

ACTIVITAT

Prenent com a exemple el pla de producció de sabons artesans descrit en la pàgina anterior, feu el vostre pla de producció.

EL PLA DE RECURSOS HUMANS

UCEV
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

El Pla de recursos humans té com a objectiu analitzar les necessitats de personal per a poder desenvolupar l'activitat i els objectius de la cooperativa escolar i també establir les relacions que hi haurà entre cada lloc de treball.

El Pla ha de definir també quins seran els salaris o retribucions (si hi ha), els horaris de treball, les vacances, etc. A més també ha d'organitzar la formació necessària per portar avant l'activitat productiva de la cooperativa i d'analitzar sistemes per a motivar l'equip de treball.

Es pot elaborar un **organigrama** i definir les funcions, àrees o departaments de la cooperativa (administració, comercial, producció, etc.) amb l'objectiu de situar cada lloc de treball. L'organigrama determina quina és l'organització funcional de l'empresa, les seues àrees, relacions, jerarquia, dependència, etc.

ANALITZAR ELS RECURSOS HUMANS NECESSARIS

El Pla de producció ens dirà quines necessitats de personal hi ha a la nostra cooperativa.

Si mirem de nou l'exemple vist al **Pla de producció,** tenim al quadre inferior les necessitats de personal:

COOPERATIVA DE PRODUCCIÓ DE SABONS ARTESANS

PREVISIÓ DE VENDES: 500 sabons.

¿Quins materials necessitem per produir 500 sabons?

- **50 kg** de sabó base de glicerina - Preu 5 euros per kg. = **250 euros**
- **5 motles** per a 10 sabons - Preu 2 euros per motle **= 10 euros**
- **20 palets** de fusta - Preu 1,64 lot de 10 unitats = **3,28 euros**
- **50 ml.** d'olis essencials de diferents aromes - Preu 5 euros per 10 ml. = **25 euros**
- **2 litres** d'alcohol isopropílic - Preu 11 euros per litre = **22 euros**
- **5 envasos** per a microones - Preu 3 euros per un pitxer mesurador = **15 euros**
- **25 metres** de paper Kraft d'envasar - Preu 15 euros per una bobina de 25 metres = **15 euros**
- **50 metres** de corda de jute per envasar - Preu 2 euros per 50 metres. = **2 euros**

TOTAL materials = 333,28 euros para produir 500 sabons

COST material unitari = 0,67 euros per cada sabó.

¿Quant de temps necessitem per produir 500 sabons?

Si fem 50 sabons en 1 hora... necessitarem treballar 10 hores per a fabricar 500 sabons.

¿Quines instal·lacions del centre necessitem per produir 500 sabons?

Necessitarem un taller amb un microones i una prestatgeria per deixar refredar els sabons.

Treballarem 1 hora cada dia perquè done temps de refredar el sabó.

¿Quantes persones necessitem per produir i vendre 500 sabons?

Un equip de **3 persones per a fer sabons**. Produiran 50 sabons cada hora. **Total 10 hores**

Un equip de **3 persones per a envasar els sabons**. Envasaran 50 sabons cada hora. **Total 10 hores**

Un equip de **3 persones per a fer el màrqueting (5 hores), la distribució (2 hores) i la venda (10 hores).**

Podem afegir també un departament que s'encarregue de **l'administració, els comptes i les finances**.

L'organigrama de la nostra cooperativa podria ser:

PRODUCCIÓ (3 persones)	ENVASAMENT (3 persones)	MÀRQUETING (3 persones)	ADMINISTRACIÓ (1 persona)

ACTIVITAT

Quines són les necessitats de personal i l'organigrama de la vostra cooperativa:

DEFINIR LES REMUNERACIONS I HORARIS

El Pla de recursos humans s'ha d'encarregar també de definir les **remuneracions o salaris** del personal. Aquestes paraules fan referència habitualment als diners que reben les persones a canvi del seu treball. També s'anomenen **contraprestacions**.

Habitualment a les cooperatives escolars estan formades per persones sòcies que són també treballadores de la cooperativa. Als estatuts s'haurà establert si hi haurà remuneracions o es distribueix d'alguna forma els guanys de la cooperativa. Encara que és habitual a les cooperatives escolars que les persones treballadores no tinguen una retribució directa i els guanys que dona l'activitat siguen per a fins socials. Això s'haurà de definir a l'Assemblea General i el Pla s'encarregarà simplement de deixar per escrit quina serà la forma d'actuar de la vostra cooperativa.

En qualsevol cas al Pla de recursos humans de les empreses està definit també quina serà la remuneració de cada lloc de treball, segons el temps de dedicació. Pot definir-se en un preu per hora de treball o un salari mensual, però habitualment sempre està amb relació al temps de treball.

Així mateix també s'haurà de definir el Pla de treball amb els dies i **horaris** on es farà l'activitat.

ACTIVITAT

Fiqueu al vostre pla de recursos humans els horaris i les remuneracions del personal:

A LES EMPRESES
COOPERATIVES,
EL MÉS IMPORTANT
SON LES PERSONES
I EL BÉ COMÚ

ANALITZAR QUINA ÉS LA FORMACIÓ NECESSÀRIA

S'ha de pensar també en la **formació o qualificació** que s'han de tenir per desenvolupar cada tasca i comprovar si les persones que han de fer-la tenen els coneixements necessaris per a portar-la a terme de forma eficaç i amb seguretat.

És possible que cap persona de la cooperativa tinga experiència en les tasques que ha decidit fer la cooperativa, però això no ha de ser un impediment, ja que es pot realitzar una formació prèvia, siga acudint al professorat o alguna persona propera a la cooperativa que tinga els coneixements. També es poden fer servir videotutorials, cursets, etc.

Al nostre exemple, de fabricació de sabons artesans, hi ha diverses tècniques i caldrà aprendre i crear un mètode de treball. També cal aprendre a fer un envàs que siga atractiu i aprendre tot el que siga necessari perquè el públic objectiu el vullga comprar.

Aquest procés de formació **pot ser molt enriquidor** i pot ajudar a veure quines són les millors aptituds i habilitats de les persones que formeu la cooperativa, vos pot ajudar, fins i tot, a organitzar el treball d'una forma molt més eficaç i motivador.

ACTIVITAT

¿Quines necessitats de formació té la vostra activitat?

¿Com podeu aconseguir aquesta formació?

EL PLA ECONÒMIC FINANCER

UCEV
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

El Pla econòmic financer consisteix en l'elaboració de previsions econòmiques per avaluar la viabilitat del negoci dins de la situació economicofinancera actual i projectar el futur per a poder prendre decisions correctes.

Les tasques a desenvolupar en aquest pla són:

- Analitzar els **costos** de posada en marxa de l'empresa i de desenvolupament dels diferents plans de màrqueting, producció i recursos humans per determinar la viabilitat econòmic-financera de la cooperativa.
- Buscar formes de **finançament**.
- Elaborar la **informació econòmica** de despeses i beneficis de l'activitat.
- **Pla de tresoreria** amb control de cobraments i pagaments.

ANALITZAR ELS COSTOS I BENEFICIS

Els **Plans de Màrqueting, Producció i Recursos Humans** que hem treballat anteriorment ens han ajudat a definir els costos totals de la nostra activitat i també les previsions de vendes. Ara toca recopilar tota eixa informació per veure si la nostra activitat és viable econòmicament.

Si mirem de nou l'exemple vist a aquests documents veiem un resum dels costos de producció:

TOTAL COSTOS Materials = 333,28 euros per a produir 500 sabons

TOTAL Recursos humans = 40 hores del personal x 0 euros = 0 euros per a produir 500 sabons

Ací caldrà tenir en compte si a la vostra cooperativa escolar les hores de treball tenen una remuneració econòmica. Habitualment no la tenen, però es poden repartir els beneficis al final de l'activitat (si hi ha) o donar-los a una causa social.

TOTAL COSTOS Màrqueting = 30 euros (per exemple, per imprimir cartells i fullets)

Ací caldrà tenir en compte el que tingueu definit al vostre Pla de Màrqueting.

TOTAL COSTOS PER A PRODUIR 500 SABONS:

333,28 + 0 + 30 = 363,28 EUROS

També tindrem en compte els beneficis que donarà la venda dels nostres productes. En aquest sentit hem de tenir en compte que no tenim clar i vendrem tots els productes que anem a produir, pet tant hem de valorar diferents escenaris. També aquest punt ens pot ajudar a ficar un preu al nostre producte tenint en compte aquests diferents escenaris i el preu de mercat.

Els sabons artesans, al mercat tenen un preu unitari que pot variar entre 1 i 4 euros. Podem a més valorar els següents escenaris:

ESCENARI 1: ES VEN EL 50% DE LA PRODUCCIÓ

ESCENARI 2: ES VEN EL 75% DE LA PRODUCCIÓ

ESCENARI 3: ES VEN EL 100% DE LA PRODUCCIÓ

Així tindrem aquest resum de possibilitats d'ingresos per vendes:

INGRESSOS PER VENDES	ES VEN EL 50% PRODUCCIÓ	ES VEN EL 75% PRODUCCIÓ	ES VEN EL 100% PRODUCCIÓ
Unitats venudes	250	375	500
Venut a 1 euro	250 €	375 €	500 €
Venut a 2 euros	500 €	750 €	1.000 €
Venut a 3 euros	750 €	1.125 €	1.500 €
Venut a 4 euros	1.000 €	1.500 €	2.000 €

Si a aquesta taula d'ingresos per vendes, li restem els costos, tenim aquestes possibilitats de beneficis:

BENEFICIS	**ES VEN EL 50% PRODUCCIÓ**	**ES VEN EL 75% PRODUCCIÓ**	**ES VEN EL 100% PRODUCCIÓ**
Unitats venudes	250	375	500
Venut a 1 euro	-113,28 €	11,72 €	136,72 €
Venut a 2 euros	136,72 €	386,72 €	636,72 €
Venut a 3 euros	386,72 €	761,72 €	1.136,72 €
Venut a 4 euros	**636,72 €**	**1136,72 €**	**1.636,72 €**

Com no tenim seguretat de quin és l'escenari que ens trobarem, després de veure aquesta taula queda clar que el preu que hem de donar als nostres sabons ha d'estar entre 2 i 5 euros. Ja que ficant el preu a 1 euro ens arrisquem a tindre pèrdues o a guanyar molt poc.

A l'hora de triar preu també hem de tenir en compte que **com més alt és el preu, les possibilitats de vendre són més baixes**, però encara així sembla que la millor opció és ficar un preu de 4 euros, ja que en el pitjor dels escenaris guanyem el mateix que en el millor dels escenaris ficant el preu més baix i aquest preu ens dóna la possibilitat de guanyar més si el nostre producte té bona acceptació al mercat.

Amb esta anàlisi podem dir que la nostra activitat és VIABLE si fiquem un preu de venda entre 2 i 4 euros.

ACTIVITAT

Seguint l'esquema que acabem de veure amb la fabricació de sabons artesans, analitzeu la VIABILITAT de l'activitat triada per a la vostra cooperativa, analitzant els costos i els possibles ingressos segons els diferents escenaris de vendes.

BUSCAR FORMES DE FINANÇAMENT

La nostra activitat d'exemple, la venda de sabons artesans, al ser una activitat de venda de productes, requereix fer una inversió inicial que ens permeta portar a terme la producció, abans de començar a tenir beneficis que vindran de la venda de productes. Necessitem 363,28 euros per poder comprar materials i començar a produir. Quan tinguem les primeres vendes de sabons, recuperarem eixa inversió i podrem tornar els diners. Per aconseguir aquestos diners tenim vàries opcions. Podem triar alguna o combinar-les:

- **Capital propi:** És la forma més comuna per a finançar la creació d'un nou negoci. Aquest tipus de finançament és el més recomanable perquè així no estem obligats a pagar interessos ni a haver de retornar els diners. El capital propi està format per aportacions dels socis de la cooperativa. Però pot resultar insuficient per a iniciar l'activitat. Imaginem que la nostra cooperativa de sabons artesans té 10 persones sòcies. Si cadascuna fica 10 euros per a iniciar l'activitat, **la cooperativa tindrà 100 euros** de capital propi.
- **Familiars i amistats:** Si no comptem amb suficient capital propi, una bona alternativa és demanar diners prestats a familiars, els quals és molt probable que accepten si és que són conscients de la nostra capacitat i responsabilitat. L'avantatge d'aquest tipus de finançament, és que en general no estem obligats a pagar interessos, ni estem obligats a haver de retornar els diners tan prompte, la qual cosa ens permet treballar tranquil·lament en la creació del nostre nou negoci, sense estar pressionat per haver de retornar els diners en una data límit.
- **Préstec del centre escolar:** També podem demanar al centre escolar que ens faça un préstec. Encara que és possible que tinguem que tornar els diners en un termini determinat.
- **Bancs i altres entitats financeres:** Una altra forma de finançament per a la creació d'un negoci és sol·licitar diners prestats al banc. Aquest tipus de finançament és més difícil d'accedir, ja que els bancs solen atorgar crèdits només a negocis en marxa i amb determinada experiència en el mercat, i no a negocis que comencen. No obstant això, accedir a un crèdit bancari per a iniciar un nou negoci no és impossible si la idea és atractiva i està confirmada per l'elaboració d'un bon pla de viabilitat.

En el cas de la nostra cooperativa de fabricació de sabons artesans, les persones sòcies decideixen aquestes fonts de finançament:

Font de finançament	**Quantitat**
Capital propi	100 euros
Familiars i amistats	150 euros
Préstec del centre escolar	120 euros
TOTAL	**370 euros**

ACTIVITAT

Quins seran els vostres fons de finançament i amb quines quantitats:

Capital social: _____

Familiars i amistats: _____

Centre escolar: _____

Banc i altres entitats financeres: _____

TOTAL: _____

ELS COMPTES SEMPRE BEN CLARS

ELABORAR INFORMACIÓ ECONÒMICA

És important dur un control dels ingressos i despeses de l'empresa. Per açò caldrà controlar, amb els seus deguts justificants, tota la informació de vendes o ingressos i despeses. A açò se li sol anomenar **informació comptable**. Està informació es pot fer per escrit en els llibres comptables (es poden trobar a les papereries) o també es pot fer digitalment amb programes que s'anomenen fulls de càlcul (Excel, Calc, Numbers, etc.).

Caldrà portar 2 llibres o fulls de càlcul:

- **Llibre de tresoreria:** Serveix per a anar controlant les entrades i eixides de diners, siga que tinguem els diners en efectiu o en un compte bancari. Si utilitzem els dos haurem de portar un full per a controlar cadascún. Aquest document ens donarà en cada moment un **SALDO** que ha de coincidir amb els diners que hi ha a la caixa o al compte corrent. En eixos documents portarem un control dels diners que entren (**cobraments**) i els que ixen (**pagaments**). A continuació teniu l'exemple de Llibre de tresoreria de la cooperativa de fabricació de sabons.

DATA	CONCEPTE	COBRAMENTS	PAGAMENTS	SALDO
15/05	SALDO INICIAL			0 €
16/05	Aportacions Capital Social	100 €		100 €
18/05	Compra d'olis essencials		25 €	75 €
20/05	Aportacions familiars i amics	150 €		225 €
20/05	Préstec centre educatiu	120 €		345 €
22/05	Compra sabó base glicerina		250 €	95 €
23/05	Compra motles sabons i palets fusta		13,28 €	81,72 €
23/05	Compra Alcohol hisopropílic		22 €	59,72 €
23/05	Compra envasos microones		15 €	44,72 €
15/06	Compra paper Kraft i corda de jute		17 €	27,72 €
18/06	Vendes mercadet escolar	152 €		179,72 €
19/06	Vendes mercadet escolar	80 €		259,72 €
20/06	Devolució préstec centre educatiu		120 €	139,72 €
21/06	Vendes mercadet escolar	100 €		239,72 €
21/06	Devolució aportacions familiars/amics		150 €	89,72 €
22/06	Vendes mercadet escolar	150 €		239,72 €
	TOTALS	**852 €**	**612,28 €**	**239,72 €**

- **Llibre d'Ingressos i despeses:** Al llibre d'ingressos i despeses tindrem un control dels costos i els ingressos que anem obtenint de les vendes. Aquest llibre ens donarà informació de com va el nostre benefici. Com veieu a la taula hem eliminat totes les operacions de finançament i només estan les relacionades amb l'activitat de l'empresa:

DATA	CONCEPTE	INGRESSOS	DESPESES	BENEFICI
18/05	Compra d'olis essencials		25 €	-25 €
22/05	Compra sabó base glicerina		250 €	-275 €
23/05	Compra motles sabons i palets fusta		13,28 €	-288,28 €
23/05	Compra Alcohol hisopropílic		22 €	-310,28 €
23/05	Compra envasos microones		15 €	-325,28 €
15/06	Compra paper Kraft i corda de jute		17 €	-342,28 €
18/06	Vendes mercadet escolar	152 €		-190,28 €
19/06	Vendes mercadet escolar	80 €		-110,28 €
21/06	Vendes mercadet escolar	100 €		-10,28 €
22/06	Vendes mercadet escolar	150 €		139,72 €
	TOTALS	**852 €**	**612,28 €**	**139,72 €**

Si els ingressos generats superen les despeses, l'activitat financera de l'empresa marxa bé i el balanç serà positiu. En cas contrari, la xifra serà negativa i caldrà posar en marxa mesures perquè açò canvie en el futur, com augmentar el preu dels productes o produir i vendre més quantitats.

Podeu demanar ajuda al personal docent que done les assignatures d'economia, segur que vos podrà ajudar a portar els comptes. Potser al principi vos resulta complicat, però veure-ho que vos resultarà molt útil per saber com marxa la vostra cooperativa a nivell econòmic.

ACTIVITAT

Feu els vostres llibres de Tresoreria i d'Ingressos i despeses i apunteu quin és el vostre SALDO.

ELABORAR EL PLA DE TRESORERIA

El **Pla de tresoreria** és un document en el qual es reflecteixen les eixides (pagaments) i entrades (cobraments) de diners, **sobre les operacions que estima realitzar la cooperativa durant un horitzó temporal determinat**.

Serveix com a instrument de **control de la tresoreria** de la cooperativa, informant de la situació de liquiditat del projecte i de les necessitats de finançament a curt termini (en confeccionar-ho es detectarà de forma anticipada si amb els cobraments previstos es va a poder fer front als pagaments estimats).

En tot moment cal procurar que a l'empresa no li falten diners i puga fer front a totes les seues obligacions de pagament i així evitar situacions desagradables. Mitjançant la confecció del pla de tresoreria es coneix amb antelació les necessitats de diners en moments puntuals, es podrà pensar amb més tranquil·litat com resoldre aquest problema, recorrent a algun tipus de finançament a curt termini com els que s'han vist en aquest document.

RECORDEU que el Pla de tresoreria es fa sempre sobre prediccions de futur, ja que el que va passant en el dia a dia ja es reflecteix al llibre de Tresoreria que hem vist al punt anterior.

CONCEPTE	GENER	FEBRER	MARÇ	...
A. SALDO INICIAL	**125 €**	**240 €**	**150 €**	**70 €**
Pagos a proveïdors/compres	15 €	150 €	200 €	
Devolució de deutes	20 €	20 €	20 €	
...				
B. TOTAL PAGAMENTS	**35€**	**170 €**	**220 €**	
Vendes previstes de productes	150 €	80 €	60 €	
...				
C. TOTAL COBRAMENTS	**150 €**	**80 €**	**60 €**	
SALDO FINAL (A-B+C)	**240 €**	**150 €**	**-10 €**	

ACTIVITAT

Feu el Pla de tresoreria de la vostra cooperativa.

EL PLA DE VIABILITAT

UCEV
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

El Pla de viabilitat és el document que aglutina tot anàlisi que ja hem fet amb la resta de Plans (màrqueting, producció, recursos humans i econòmic-financer) i conté tota la informació important que fa falta per poder posar en marxa la nostra cooperativa escolar.

El contingut d'aquest document ens ajudarà a concretar més detalls, ens dirà si el projecte és viable i ens permetrà ficar en comú tots els aspectes necessaris per portar a terme les nostres idees.

Amb el **Pla de viabilitat** podrem saber si la nostra idea de cooperativa és econòmica i comercialment possible o no. A més el PLA DE VIABILITAT és un document que podem utilitzar per a presentar al centre escolar o per a demanar un préstec o altre tipus de finançament extern.

FASE PRÈVIA
Avantatges i inconvenients de crear la cooperativa escolar

LA IDEA
Qui forma el grup
Quina és l'activitat a realitzar

ESTUDI DE MERCAT
Clients
Competència

PLA DE MÀRQUETING
Públic objectiu
Marca
Distribució i venda
Preus
Publicitat

PLA PRODUCCIÓ
Installacions i equipament
Procés productiu
Compres
Proveïdors

PLA RECURSOS HUMANS
Necessitats de personal
Retribucions
Organigrama
Horaris

PLA ECONÒMIC-FINANCER
Formes de finançament
Viabilitat econòmica

FASE PRÈVIA

ANÀLISI DELS AVANTATGES I INCONVENIENTS DE CREAR UNA EMPRESA

Quin és l'objectiu o els objectius personals que volem aconseguir per mitjà de la posada en marxa de la cooperativa escolar?

- Avantatges / inconvenients per a la persona o grup de persones que formaran la cooperativa
- Avantatges / inconvenients per al centre escolar i l'entorn.

ANÀLISI DE LES CARACTERÍSTIQUES DEL GRUP EMPRENEDOR

- Quines característiques han de tindre les persones que treballaran la cooperativa? Les tenim? Estem disposades a adquirir-les?
- Quina experiència personal o formació tenim en l'àmbit que desenrotllarem?
- Quina experiència o formació tenim en l'àmbit de gestió?
- En cas de falta d'experiència o formació, en quins aspectes és necessari formar-se i aprofundir per a facilitar la posada en marxa del projecte, com ho podem solucionar?

LA IDEA

DEFINICIÓ DE L'ACTIVITAT A REALITZAR

- Hem de buscar informació sobre la idea? On?
- Què opinen els companys del centre, els familiars, amics o coneguts sobre la nostra idea, i de professionals qualificats en l'àmbit? Són positives o negatives?
- Quines són les característiques de la idea que ens fa pensar que és interessant i rendible?
- Què necessitem per a decidir-nos i com podem posar en pràctica la nostra idea?

Podem fer un llistat amb aquesta informació:

- **MEMBRES DEL GRUP:** Dades de les persones que formareu la cooperativa escolar: Nom i telèfon.
- **DESCRIPCIÓ DE LA IDEA:** Definir la idea de negoci que tenim, no sols en què consistirà concretament la nostra activitat, sinó en què forma la durem a terme. Si per exemple ens anem a fer samarretes, descriurem com realitzarem la venda, fent insistència en els serveis que oferirem als nostres clients. Explicar breument:
  - les raons per les quals ens hem decidit fer eixa activitat en concret,
  - l'experiència i coneixements que tenim sobre eixe sector o activitat,
  - quines funcions farem cadascú de nosaltres dins la cooperativa.
- **PRODUCTE O SERVEI:** Descriure els productes o serveis que oferirem detallant aspectes que són especialment interessants per als nostres clients, com el seu preu.
- **PÚBLIC OBJECTIU:** Cal definir qui serà qui comprarà els nostres productes o serveis i per quins canals arribarem a ells (venda directa, venda *on-line*, venda al centre educatiu, etc.).
- **IMATGE:** És bo reflexionar sobre la imatge que volem transmetre al nostre públic objectiu, eixa imatge es concretarà en la nostra marca comercial i en com presentem el nostre producte. També ens ajudarà a definir la nostra estratègia de màrqueting i publicitat.
- **COMPRES:** Anàlisi de compres. Indicar els qui seran els nostres proveïdors i basant-se en quins criteris els hem triat: la relació qualitat-preu que ens ofereixen, les formes de pagament amb què treballen, terminis d'entrega, el servei post-venda, etc.

Ens podem fer preguntes com:

- Existeixen ja potencials clients? Qui són?
- Quines són les seues característiques?
- Hi ha altres empreses o cooperatives que duguen a terme la mateixa activitat?
- Què ofereixen i a quin preu?

Amb aquestes reflexions es pretén analitzar si hi ha molta o poca competència, per a determinar si hi ha un buit de mercat que faça que la nostra activitat puga ser rendible. Es tracta d'estudiar com s'atenen les necessitats del nostre públic objectiu i com les atendrem nosaltres.

Els passos per al nostre estudi de mercat són:

- **Identificar el nostre públic objectiu:** Com hem vist és una part fonamental del procés que donarà èxit a la nostra activitat. Necessitem saber per a qui és el nostre producte o servei? Què nínxols o grups de persones ho consumiran? Què necessiten i com podem connectar-te amb elles?
- **Investigar la nostra competència o les empreses que fan la nostra mateixa activitat:** Ens fixarem en les empreses que venen productes semblants o iguals als nostres, observarem els preus amb què funcionen, serveis que ofereixen, promocions que utilitzen per a atraure clients, on estan situats i com arriben als seus clients. Pot ser molt interessant intentar identificar els punts forts i dèbils de la nostra competència, això ens ajudarà a definir l'activitat.
- **Interactuar amb la nostra audiència:** L'objectiu és aprendre més sobre el que troben valuós en el teu producte o servei, com els està ajudant i què els agradaria veure. A més, mostrant aquesta proximitat, els teus clients se sentiran tinguts en compte i serà més fàcil poder fidelitzar-los.
- **Compilar les dades:** Per últim cal analitzar totes les dades i veure com afecta tota aquesta informació a la nostra idea de negoci.

PLA DE MÀRQUETING

El màrqueting és el conjunt d'activitats que desenvolupa una empresa per a satisfer les necessitats i desitjos dels consumidors amb la intenció d'aconseguir beneficis.

Per tant, al nostre Pla de màrqueting, haurem de definir tots aquests aspectes, com són:

- Quins productes o serveis anem a oferir?
- Quin nom posarem a la cooperativa?
- Quina imatge volem donar de la nostra cooperativa?
- Quina serà la marca dels nostres productes?
- Quin serà l'envàs i l'embalatge que utilitzarem per als nostres productes?
- Quins canals de distribució i venda farem servir?
- Quin preu ficarem als productes?
- Com donarem a conéixer els nostres productes (publicitat, catàlegs, xarxes socials, etc.).

Aquestes qüestions ja s'han definit al **Pla de màrqueting**, així que només caldrà traslladar al Pla de viabilitat les vostres conclusions.

PLA DE PRODUCCIÓ I RECURSOS HUMANS

El Pla de Producció té com a objectiu descriure les operacions de l'empresa, és a dir, el procés de fabricació del producte o de prestació del servei, així com els recursos humans, materials i tecnològics necessaris per al funcionament d'aquestes operacions.

En aquest Pla de producció definirem aspectes com:

- Quines fases componen el procés productiu de la nostra cooperativa escolar?
- On fabricarem els nostres productes?
- Quines instal·lacions necessitarem?
- Quina matèria primera i subministraments necessitarem per a obtindre el producte / servei final?
- Haurem de disposar d'un estoc?
- Quina maquinària i ferramentes necessitarem per a la fabricació?
- Necessitarem mitjans de transport? Quins?
- Quins poden ser els nostres proveïdors més habituals? Quines condicions de pagament podem negociar amb els proveïdors?
- Com organitzem l'activitat de la cooperativa entre les persones sòcies? Com distribuïm els diferents treballs i responsabilitats? Quin nombre de persones són necessàries i què han de fer? Quin serà el nostre organigrama?

Igual que al punt anterior, tindreu resoltes totes aquestes qüestions al **Pla de producció i el Pla de recursos humans**, així que només caldrà traslladar al Pla de viabilitat les conclusions.

PLA ECONÒMIC-FINANCER

El Pla econòmic financer consisteix en l'elaboració de previsions econòmiques per avaluar la viabilitat del negoci dins de la situació econòmic-financera actual i projectar el futur per a poder prendre decisions correctes.

En aquest pla hem de donar resposta a qüestions com:

- Quin és el nostre capital social inicial i de quins recursos econòmics disposem?
- Quins seran els costos per a posar en marxa la nostra activitat i com cobrirem eixos costos? Necessitarem algun tipus de préstec? De quina quantia? En quines condicions? Amb quines garanties o avals podem comptar?
- Podem accedir a algun tipus de subvencions o ajudes econòmiques de l'administració pública?
- Quines despeses i beneficis tindrà la nostra activitat en els diferents escenaris de vendes?
- Quina serà la nostra previsió de tresoreria?
- Què farem amb els beneficis?

Aquestes qüestions ja s'han definit al **Pla econòmic-financer**, amb aquesta informació completarem el nostre pla de viabilitat. Amb aquesta informació podrem saber si l'activitat és viable des del punt de vist econòmic i de solvència financera, que és una qüestió fonamental per a decidir dur a terme la nostra cooperativa escolar.

ACTIVITAT

Per a fer el Pla de viabilitat aglutinarem en un document tota la informació esmentada:

- NOM DELS MEMBRES DEL GRUP
- DESCRIPCIÓ DE LA IDEA
- ESTUDI DE MERCAT
- PLA DE MÀRQUETING:
  - Productes o serveis.
  - Públic objectiu.
  - Nom de la cooperativa, imatge i marca comercial.
  - Envasos i embalatges.
  - Canals de distribució i venda.
  - Preus de venda i vendes estimades.
  - Publicitat i propaganda.
- PLA DE PRODUCCIÓ I RECURSOS HUMANS:
  - Definició del procés productiu.
  - Localització i instal·lacions.
  - Equipament.
  - Matèries primeres i altres aprovisionaments.
  - Mitjans de transport.
  - Proveïdors.
  - Organigrama i organització del treball productiu i de gestió.
- PLA ECONÒMIC-FINANCER:
  - Definició del capital social.
  - Control de costos inicials i costos de producció.
  - Finançament extern.
  - Despeses i beneficis de l'activitat.
  - Pla de tresoreria amb control de cobraments i pagaments.

RECORDA QUE... tota aquesta informació servirà per a portar endavant el projecte cooperatiu de forma organitzada i planificada. També ajudarà a veure si la idea cooperativa és econòmica i comercialment possible. A més el PLA DE VIABILITAT és un document que es pot utilitzar per a presentar al centre escolar o per a demanar un préstec o altre tipus de finançament extern.

IDEES PER A MUNTAR UNA COOPERATIVA ESCOLAR

ORGANITZAR ESDEVENIMENTS

UCEV
Unió de
Cooperatives
d'Ensenyament
Valencianes

Si heu decidit **muntar una cooperativa escolar** aquest curs, pot ser una bona idea plantejar l'**organització d'un esdeveniment**. És una activitat d'equip que vos pot proporcionar moltes satisfaccions i aportar beneficis solidaris i de cohesió social.

Existeixen molts tipus d'esdeveniments, com l'organització d'una cursa esportiva, un concert, una fira o una setmana cultural en el vostre centre educatiu, entre molts altres exemples. Aquests actes permeten implicar a tota la comunitat educativa. Encara que siga la cooperativa escolar la que s'encarregue de la seua organització, en l'esdeveniment podran participar la resta de l'alumnat del centre i fins i tot implicar altres centres o a la resta de ciutadania del vostre poble o ciutat.

Els esdeveniments requereixen **molt de treball d'organització** i per a garantir el seu èxit hauran de **planificar-se amb molt de temps** d'antelació, per la qual cosa és recomanable començar a treballar des del principi del curs. Aquesta activitat vos aportarà una experiència que amb tota seguretat serà important per al vostre futur professional.

Hi ha alguns **conceptes bàsics que són comuns a tota classe d'esdeveniments**, però en les vostres primeres reunions podeu començar a plantejar aquells temes que us resulten més interessants i connecten millor amb les vostres inquietuds i aficions. Podreu començar també a identificar les problemàtiques que se vos presentaran i com estar preparats per a afrontar-les.

Esperem que aquesta guia vos resulte d'utilitat i vos anime en aquesta gran tasca.

EXEMPLES D'ESDEVENIMENTS

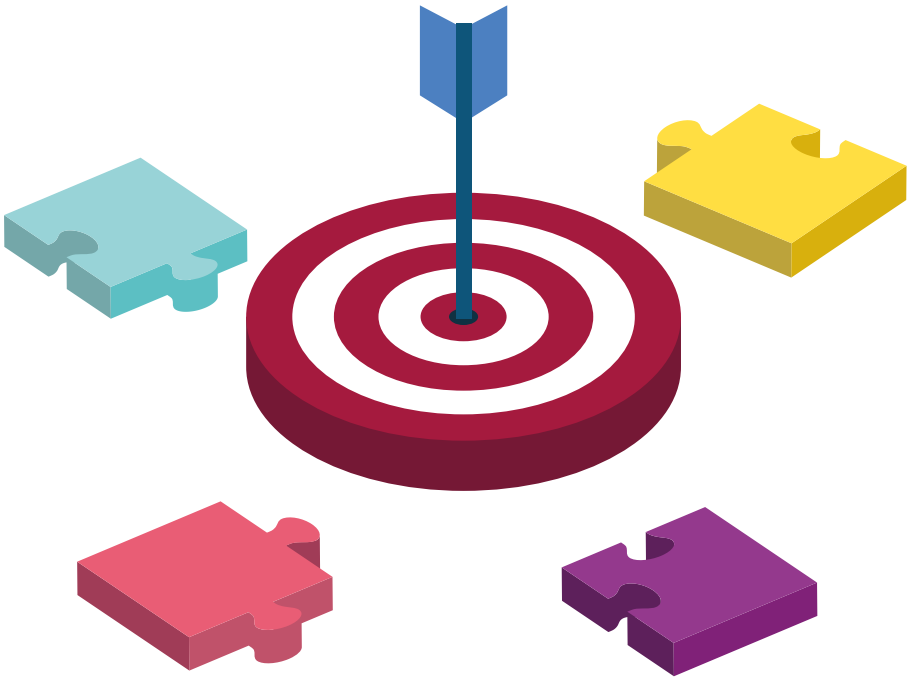
Hi ha una gran varietat d'esdeveniments que poden organitzar-se i que podem classificar en aquestes categories:

- **Esportius:** cursa (en bicicleta, *running*, duatló), partit, campionat (futbol, bàsquet, escacs, jocs de taula...)
- **Acadèmics:** fires, exposicions científiques, conferències, taules de debat, tallers, seminaris, escoles d'estiu, demostracions tecnològiques, graduacions...
- **Culturals:** exposicions, concerts de música, obres de teatre o dansa, cicle de cinema, concursos literaris o gràfics, fira d'artesania i manualitats o gastronòmica, fira de cooperatives escolars, jornada de voluntariat, (cap de) setmana cultural (que pot incloure taules de debat, tallers, conferències, exposicions...), creació d'un mural per al centre educatiu...
- **Socials:** discoteca mòbil, festa de fi de curs, gimcana, festes temàtiques, jornades de portes obertes...
- **Gastronòmics:** concurs de paelles, fira de la tapa, productes ecològics, mostres de cuina saludable...

OBJECTIUS

És important, en primer lloc, pensar quins són els vostres objectius. On destinar els beneficis de l'esdeveniment i quin és el públic objectiu al qual voleu arribar. Aquests objectius poden connectar-se als que ja teniu definits en la vostra cooperativa escolar. Caldrà definir-los des del principi i ens ajudaran a prendre les decisions durant l'organització:

- **Objectius econòmics:** Quants diners esperem aconseguir? On aniran destinats? Per al viatge de fi de curs, una ONG o per a aportar al centre educatiu? Podrem aconseguir una part per avançat o no?
- **Objectius de públic i d'impacte:** Volem fer un esdeveniment massiu o tindrem un límit d'aforament? Quin és el perfil de gent que volem atraure? Com podem fer l'esdeveniment atractiu per al nostre públic? Necessitem crear a més un impacte en la nostra societat del voltant o fer un acte més privat?
- **Objectius socials:** Podeu aprofitar per a tractar temes que vos interessen, com el medi ambient, l'economia social i solidària, els esports, la gastronomia, la música, la dansa, el teatre, l'art, el cinema, la literatura, la tecnologia, l'educació, el feminisme, etc. Definir aquests objectius vos pot ajudar a l'hora de triar la forma que agafarà el vostre esdeveniment.
- **Objectius solidaris:** Si treballeu en conjunt amb una causa o col·lectiu social de la vostra comunitat, cal considerar les necessitats d'aquest. Potser és una ONG que vol recaptar fons, o un col·lectiu que vol visibilitzar la seua situació en la societat i donar-se a conèixer...



ORGANITZACIÓ DEL TREBALL

L'organització d'un esdeveniment implica moltes tasques que podeu distribuir entre el vostre equip:

- **Organització i planificació:** L'èxit del vostre esdeveniment es basa en una bona planificació. En pensar en tots els detalls i organitzar-los amb temps perquè tot estiga a punt quan arribe la data assenyalada. Sobretot cal portar a terme tasques de coordinació i control sobre la resta d'àrees de treball.
- **Econòmiques:** És important fer una bona planificació d'ingressos, buscar patrocinis i fer una bona captació de fons, així com definir molt bé quines seran les despeses o buscar aliances amb el centre educatiu, empreses i institucions que puguen aportar gratuitament allò que necessitem.
- **Màrqueting:** Una altra tasca fonamental és que trobeu els canals de difusió perquè el vostre públic objectiu tinga la informació necessària per a poder participar de l'activitat o les activitats que organitzeu. Cal motivar a la participació, pensar en aquelles coses que ho poden fer més atractiu i interessant. Fins i tot podeu pensar en premis o trofeus, siguen econòmics o materials.
- **Socials:** Establir una bona relació amb els patrocinadors, convidar autoritats i apropar-se per contar el vostre projecte a altres escoles o col·lectius.

ORGANITZACIÓ D'UNA CURSA ESPORTIVA

Es pot organitzar una cursa esportiva de bicicleta, running, duatló, etc.

Normalment una cursa esportiva es fa en un **entorn urbà sobre superfície asfaltada** i pot tenir una distància entre 1 i 12 km. **El més habitual per a curses solidàries sol ser de 5 km.**

Si el vostre centre educatiu té instal·lacions que permeten fer la cursa... encara que siga en un circuit circular només caldrà parlar amb la direcció del centre i triar una data. En cas contrari **cal comptar amb la implicació de l'Ajuntament del vostre poble** per a triar el lloc i data. El vostre Ajuntament vos donarà els permisos, recursos, serveis mèdics i vos ajudarà a l'hora de donar difusió a la cursa.

Cada Ajuntament té procediments i terminis diferents per això és important que vos informeu i estigueu en contacte amb la persona o departament que porte aquestes coses.

Una volta tingueu els **permisos**, tindreu que sol·licitar també els **serveis necessaris** (Policia Local, ambulàncies, etc.) per a poder garantir la millor seguretat. És possible que hàgeu de contractar també un **segur de responsabilitat civil** amb una companyia d'assegurances.

¿Què més coses vos faran falta?

- Tanques per a marcar el recorregut (també podeu demanar a l'Ajuntament).
- Dorsals.
- Avituallament per a les persones participants (aigua, xocolatines o snacks).
- Premis.
- Arcs de senyalització d'eixida i meta (o altres maneres de senyalitzar).
- Cronometratge.
- Recursos humans (personal abans, durant i després de la cursa per a les diferents zones i funcions).
- Si el vostre pressupost ho permet, també es poden fer samarretes per a les persones que participen de la carrera i contractar un equip per a fer fotos i material audiovisual.
- També podeu contractar música o entreteniment durant el recorregut o a la línia de meta.

Promoció de la cursa:

- S'ha d'obrir amb temps la **inscripció** per a saber quantes persones participaran de la cursa. Per tant és important fer difusió i gestionar un sistema d'inscripcions. També haureu d'enviar a les persones interessades un **mail de confirmació amb totes les informacions necessàries** (data, condicions en cas de no participació, recollida de dorsals, etc.)
- Igualment s'ha d'informar de qualsevol modificació que es puga produir en les condicions de la carrera.
- Recordeu també **donar les gràcies a les persones participants una volta finalitzada la cursa** i remetre un enllaç per poder consultar les marques i les fotos i vídeos de l'esdeveniment.
- Podeu publicar en **xarxes socials** les fotos i publicacions d'agraïment a les persones participants, a les entitats patrocinadores i a l'Ajuntament.
- Informeu-vos si al vostre poble o barri hi ha **clubs o associacions esportives** per informar sobre la cursa i animar-los a participar.

Aspectes econòmics:

- Normalment les persones participants fan una **aportació econòmica solidària** per la seua participació en la cursa. Una volta definit aquest preu i amb el llistat de persones participants podeu fer una estimació dels ingressos directes.
- Haureu de fer també un **pressupost de les despeses** (segur de responsabilitat civil, dorsals, avituallament, premis, senyalització, samarretes, material audiovisual, etc.)
- Podeu parlar en empreses o entitats del vostre entorn per a demanar **patrocinis** a canvi de ficar el seu logotip al cartell de la cursa, a les samarretes o als arcs de senyalització d'eixida i meta. Aquestes aportacions poden ser **econòmiques o materials**, per exemple podeu anar al supermercat proper al vostre centre educatiu i demanar l'aportació de l'avituallament. O parlar amb alguna empresa de senyalització que es faça càrrec dels arcs de senyalització.
- També podeu oferir l'anomenat **"dorsal 0"**, que la gent pot adquirir fent aportació econòmica per a l'esdeveniment, però que no participarà en la cursa.

CURSA ESPORTIVA

Temps d'organització	6 a 8 mesos
Contactar amb	Direcció del vostre centre educatiu Ajuntament Companyia d'assegurances Empreses o entitats patrocinadores Voluntariat per a vigilar la cursa
Pressupost aproximat	3.000 euros
Fonts d'ingresos	Inscripcions / dorsals Dorsal "0" Aportacions d'empreses o entitats patrocinadores
Duració	Esdeveniment puntual
Llocs més apropiats	entorn urbà amb permís de l'Ajuntament
Equips o instal·lacionsW	Tanques per a marcar el recorregut Dorsals Avituallament per a les persones participants (aigua, xocolatines o snacks) Premis Arc de senyalització per a l'eixida i la meta Cronometratge Recursos humans (personal abans, durant i després de la carrera per a diferents zones i funcions)
Necessitat de voluntariat per a donar suport al esdeveniment	Sí
Necessitat de cartell o imatge	Sí, es recomanable
Canals de difusió	Inscripcions i informació directa a les persones inscrites Cartells Xarxes socials Informació als taulers d'anuncis del vostre centre educatiu

ORGANITZACIÓ D'UN ESPECTACLE

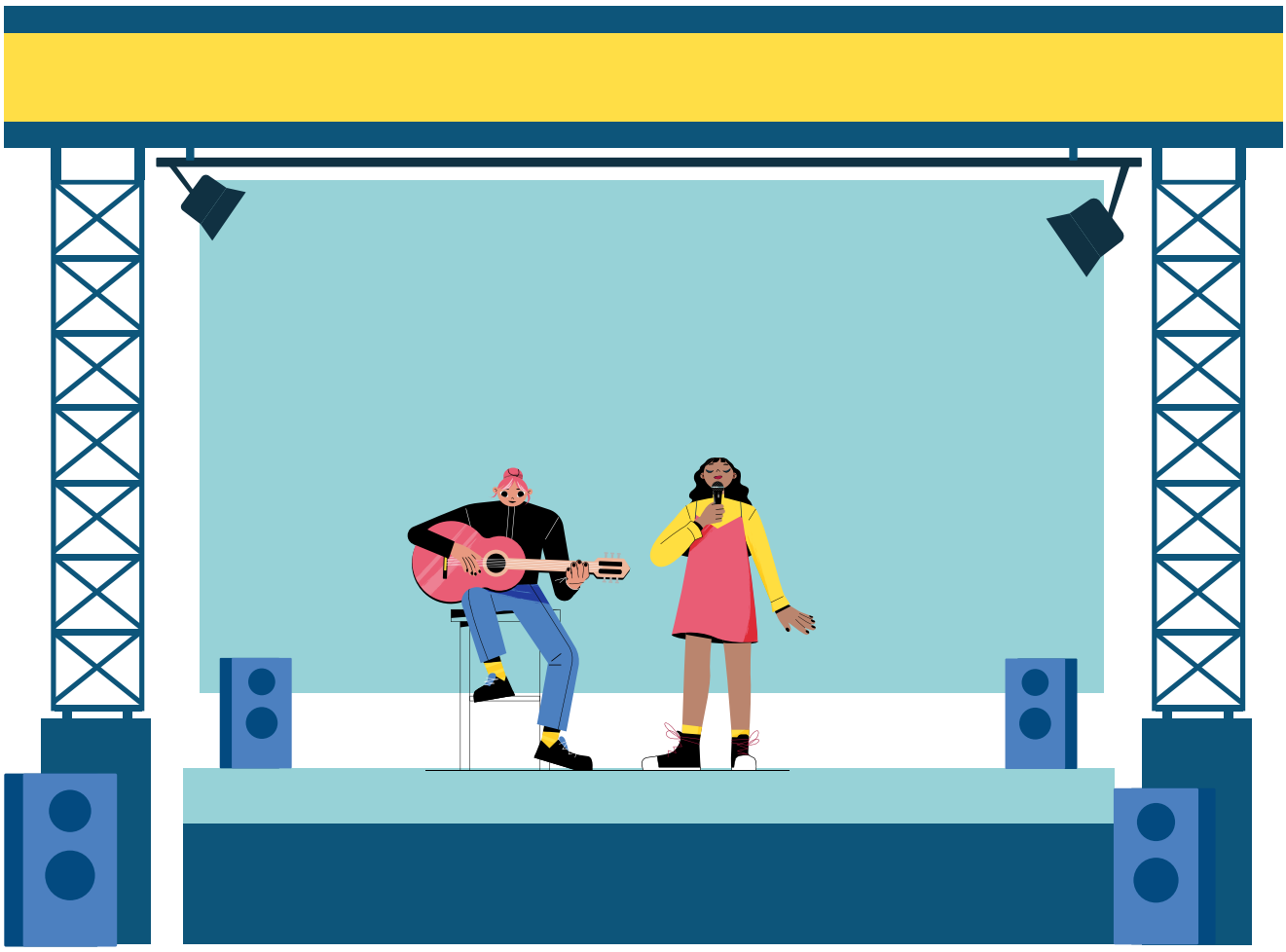
Com veurem a continuació moltes de les tasques a realitzar són comunes per a tota classe d'esdeveniments, però hi ha algunes particularitats tècniques en cada tipus.

Organitzar **un espectacle de dansa, teatre o música**, per exemple, pot ser molt atractiu per a la comunitat educativa. Un esdeveniment lúdic per a gaudir de música, ballar, riure. Pot ser molt divertit. Però també té molta feina d'organització.

Si optem per un concert de música, cal tindre en compte que hi ha molts grups i estils musicals que poden ser interessants. Des de la música pop, el jazz, el hip-hop, el folk, techno, etc. **És important conéixer quins són els gustos musicals** de l'alumnat del vostre entorn i encertar a l'hora de triar als grups. Poden actuar un o diversos grups, però sempre és més fàcil tècnicament si actua sols un grup.

És possible que dins de l'alumnat del vostre centre compteu amb persones que formen part de grups musicals locals. Pot ser molt ric donar a conéixer eixos grups. Parleu amb el personal docent de les assignatures de música que possiblement coneixen algú del vostre entorn que puga fer un concert.

Normalment els grups musicals tenen un caché (o preu per actuació) però en el cas d'un concert solidari, moltes vegades actuen de forma gratuïta per a col·laborar amb la causa solidària.



Què farà falta?

- Definir en quin **lloc** podem organitzar el concert. Pot ser una sala (per exemple el pavelló d'esports) o a l'aire lliure (al pati del vostre centre educatiu). També podeu demanar permís per a fer-lo en alguna sala especialitzada del vostre entorn: sala de concerts, teatre, auditori, etc. O als carrers del vostre barri o poble (recordeu informar-vos de la normativa municipal). Pot ser important, a l'hora de triar el lloc, tindre en compte si compta amb elements i personal tècnic, neteja, ventilació, accessibilitat per a persones amb mobilitat reduïda, etc.
- Farà falta comptar amb un **escenari**. Si feu el concert en un lloc com un auditori o teatre, l'escenari ja estarà muntat. Si el feu a l'aire lliure és possible que siga necessari contractar una empresa que s'encarregue del seu muntatge.
- Per a un concert musical són fonamentals els **elements tècnics**, tot el relacionat amb el so, les llums, etc. Normalment els grups musicals professionals tenen un document anomenat **rider tècnic** on s'especifiquen les seues necessitats en aquest sentit. Caldrà llogar o aconseguir eixe material. Normalment les empreses que munten els escenaris també vos poden instal·lar tot el material tècnic que necessiteu.
- També és necessari **personal especialitzat** per a muntar i controlar les qüestions tècniques durant el concert. Pot ser que siga aportat pel mateix grup contractat o que estiga disponible en la sala de concert que tingueu prevista. Si no és així i ho heu de contractar cal tenir-ho en compte a l'hora de fer el pressupost.
- Cal contemplar també el tema de la **seguretat**. Per una banda controlar quin és l'aforament o nombre màxim de persones que podran accedir al lloc triat, mesures contra incendis, personal de seguretat. A vegades pot resultar interessant comptar amb la col·laboració de la Policia municipal o Ambulàncies si es concentra un nombre gran de persones.
- És possible que també us toque fer alguns **tràmits** amb l'Ajuntament del vostre poble, a la SGAE o contractar segurs de responsabilitat per si hi ha qualsevol incident.
- Podeu ficar una parada de **venda de begudes o snacks** perquè la gent puga consumir durant el concert. Això és especialment interessant si és un concert de ballar, on el públic té gust de consumir begudes refrescants per a rehidratar-se. Cal tindre en compte que està prohibida la venda de begudes alcohòliques a persones menors d'edat. La venda de begudes i snacks pot aportar un benefici econòmic extraordinari, però cal incloure a la planificació i encarregar-se de comprar (o demanar patrocini en espècies a algun supermercat) i ficar personal per a la seua venda durant tot el concert.

Quan tingueu clar tots aquests aspectes podreu saber quins són els **costos aproximats** del concert (el **pressupost**) i el **nombre de persones que podran accedir al recinte**. Per tant podreu ja calcular quin preu podreu posar a les entrades del concert. En aquest sentit heu de tenir en compte les possibilitats econòmiques del vostre públic objectiu, ficant un **preu per l'entrada assequible**... Si no vos quadren els números i multiplicant l'aforament pel preu de les entrades no vos dona una quantitat superior al pressupost, serà necessari buscar patrocinis i col·laboracions econòmiques. **També podeu vendre entrades de Taquilla 0**, persones que poden comprar una entrada per col·laborar amb la causa solidària, però no acudiran al concert.

(COSTOS + BENEFICI QUE VOLEU ACONSSEGUIR) / NOMBRE DE PERSONES = PREU ENTRADA

Venda d'entrades

L'entrada és el document que acredita el dret a accedir al recinte del concert. Les entrades es poden vendre en alguna d'aquestes modalitats:

- **Físicament**, venent-les directament a canvi de diners en efectiu.
- En línia a través de la **taquilla virtua**l: Avui en dia hi ha aplicacions en línia i pàgines web que faciliten aquesta venda com https://weezevent.com/es/
- **En taquilla, el mateix dia del concert**. Cal considerar que si espereu al dia de l'esdeveniment per vendre les entrades, no podreu preveure els beneficis que obtindreu, i per tant assumireu més riscos econòmics.

A més caldrà pensar en un sistema de **control d'accés el dia del concert** perquè siga àgil i no es generen cues a l'hora d'accedir al recinte.

Difusió:

Pel que fa a la difusió, una de les coses més importants és **crear una imatge o un cartell del concert**. Al cartell es ficaran totes les dades fonamentals: lloc, data, grup o grups que actuen, finalitat solidària, preu de les entrades i on es poden aconseguir. Si teniu empreses patrocinadores caldrà ficar també al cartell els logotips d'aquestes empreses.

També podeu crear una **pàgina web amb tota la informació relativa al concert**.

Podeu **imprimir i penjar cartells** pel vostre centre educatiu **i també utilitzar les xarxes socials** (Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, WhatsApp, etc.) per a llançar el cartell i l'enllaç de venda d'entrades.

CONCERT DE MÚSICA

Temps d'organització	6 a 8 mesos
Contactar amb	Grup o grups que actuaran al concert (comprovar disponibilitat de dates i caché o preu de l'actuació). Sala de concert o empresa per a muntar escenari Empreses o entitats patrocinadores. Voluntariat per ajudar a controlar l'accés al concert.
Pressupost aproximat	1.000 euros
Fonts d'ingresos	Venda d'entrades Taquilla o Empreses o entitats patrocinadores
Duració	Esdeveniment puntual
Llocs més apropiats	Auditoris, teatres o llocs a l'aire lliure
Equips o instal·lacionsW	Escenari. Equip tècnic (equip de so, altaveus, micròfons, etc.). Personal tècnic. Aplicació de venda d'entrades i control d'accés. Recursos humans (personal per ajudar a controlar l'accés al concert).
Necessitat de voluntariat per a donar suport al esdeveniment	Sí
Necessitat de cartell o imatge	Sí
Canals de difusió	Cartells Xarxes socials Informació als taulers d'anuncis del vostre centre educatiu

ORGANITZACIÓ D'UN CAMPIONAT DE JOCS DE TAULA

Si organitzar una cursa o un concert vos sembla difícil per les complicacions tècniques que pot tindre, hi ha altre tipus d'esdeveniments amb menys requeriments que poden ser igualment lúdics i poden aportar també beneficis econòmics. Estem parlant de l'organització d'un campionat o torneig esportiu o de jocs de taula (cartes, escacs, etc.).

Organitzar un campionat resulta molt interessant perquè permet a les persones que juguen habitualment a eixe joc confrontar-se amb persones noves i això resulta sempre un repte motivador. Així que si al teu centre hi ha un bon equip d'escacs, per exemple, serà important comptar amb la seua col·laboració, tant en l'organització, com en la posterior difusió. També podeu comptar amb el suport d'alguna federació pròxima a la vostra comunitat que vos puga orientar en aquesta tasca i que vos podrà proporcionar arbitratge per al campionat.

Fases:

- **Contacte amb grups de persones jugadores, federacions, etc.** que puguen col·laborar en l'organització i participació del campionat.
- **Definició de les dates i el lloc.** A diferència dels esdeveniments que hem vist en el punt anterior, el campionat es desenvoluparà en diferents jornades i es podrà celebrar en el mateix centre educatiu. Per tant caldrà parlar amb la direcció del centre per a veure quines instal·lacions i dates són més apropiades.
- **Promoció, informació i inscripció:** Caldrà definir les **bases del campionat**, com veureu a continuació. També podeu fer un **cartell informatiu** i donar-lo a conéixer a les persones interessades. És important elaborar un **sistema d'inscripcions** per al qual vos podeu fer servir d'un correu o un formulari electrònic. Per a fer la inscripció al campionat **podeu demanar un preu per participar**. D'aquesta manera podreu tindre ingressos per fer front als costos i per als beneficis solidaris de la vostra cooperativa escolar.

El preu per a participar en aquest tipus de campionats pot estar al voltant de 5 euros.

- **Campionat:** es pot celebrar en diferents dies o en diferents setmanes. També es pot participar individualment o per equips. Per a fer més àgil el campionat, en les primeres fases es poden jugar diverses partides simultàniament i després anar reduint fins a arribar a la final.
- **Entrega de premis:** Per a fomentar una competitivitat sana en el campionat es pot **premiar a totes les persones participants i donar 2 o 3 reconeixements especials** a les persones finalistes.

Coses que fan falta per a un campionat d'escacs:

- Sala o aula.
- Taules i cadires.
- Plantilles de participació
- Taulers i peces d'escacs suficients per a totes les partides
- Rellotges
- Arbitratge
- Recursos humans per ajudar a organitzar i a informar.
- Premis o diplomes per a les persones participants.

Consideracions per a organitzar un torneig:

És important que des del principi informeu bé als participants sobre quina serà la mecànica del joc. Si es competirà de forma individual, per equips, quantes rondes es jugaran, si hi haurà límit de temps per a cada partida, quin serà el sistema de punts...

Vos donem idees de tipus d'organització de tornejos:

- **Torneig per eliminació:** És el sistema més senzill i ràpid. Se sortegen els emparellaments i el vencedor de cada partida jugarà a la següent ronda. El principal inconvenient és que es juguen poques partides, però la seua organització és molt fàcil.
- **Round Robin o un tots contra tots:** Depenent del nombre de jugadors, aquest pot ser un sistema interessant on tots els jugadors s'enfronten entre ells. La victòria val un punt, l'empat 0,5 i la derrota 0 punts. Al final de totes les partides, el jugador amb més punts és el guanyador. També pot ser un sistema atractiu per a la competició entre equips, on un jugador de cada equip s'enfronta a un jugador d'un altre, anotant els punts per al conjunt del seu equip. Es pot utilitzar una taula com la següent per a fer les anotacions dels punts:

Persones participats		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**Punts**
1	Guanya al 2 i empata amb el 5		1			0,5		1,5
2	Perd contra 1							0
3	Perd contra 6							0
4	Guanya contra 6						1	1
5	Empata amb 1	0,5						0,5
6	Guanya contra 3			1				1

- **Torneig mixt:** És una mescla de les dues modalitats anteriors. Una primera fase de tots contra tots (que en cas de molts participants es poden enfrontar els jugadors en diferents grups) i després els millors classificats (del grup o del conjunt de participants) s'enfronten en una fase de torneig per eliminació. Aquesta modalitat és molt interessant si es tenen molts jugadors inscrits, i a més permet jugar la competició en dues fases diferents (un primer dia d'enfrontaments i un segon dia amb la fase final per eliminació).

Recordeu definir molt bé el **sistema de puntuació**, que fer en cas d'empat, quin serà el calendari de joc, informar bé sobre el temps límit de cada partida, desqualificacions...

CAMPIONAT D'ESCACS

Temps d'organització	2 o 3 mesos
Contactar amb	Equips de persones jugadores del centre, Associacions o federacions (demanar suport per a definir les bases del joc i l'arbitratge). Direcció del centre escolar per a utilització de les instal·lacions del centre. Empreses o entitats patrocinadores. Voluntariat per ajudar en l'organització.
Pressupost aproximat	Es pot organitzar un campionat sense pressupost
Fonts d'ingresos	Inscripcions Empreses o entitats patrocinadores
Duració	Varies jornades
Llocs més apropiats	Halls o sales àmplies del centre escolar
Equips o instal·lacionsW	Sala o aula. Taules i cadires. Plantilles de participació Taulers i peces d'escacs suficients per a totes les partides Rellotges Arbitratge Recursos humans per ajudar a organitzar i a informar. Premis o diplomes per a les persones participants.
Necessitat de voluntariat per a donar suport al esdeveniment	Sí
Necessitat de cartell o imatge	Sí
Canals de difusió	Cartells Mailing Xarxes socials

ORGANITZACIÓ D'UNA FIRA DE COOPERATIVES ESCOLARS

Volem donar-vos una última idea, l'organització d'una **Fira de cooperatives escolars**. Durant una jornada podeu convidar a les cooperatives escolars d'altres centres educatius de la vostra província o comunitat autònoma **per a vendre i mostrar els seus productes o idees**. D'aquesta manera fomentareu el principi cooperatiu de la **intercooperació** o cooperació entre cooperatives. Coneixereu un bon grapat de projectes similars al vostre i podreu compartir experiències d'aprenentatge cooperatiu. Segur que resulta una jornada divertida i enriquidora.

Podeu demanar permís al vostre centre educatiu i fer la fira allí mateix, però si voleu donar-li més difusió és ideal comptar amb algun lloc concorregut del vostre municipi: el mercat, una avinguda o la plaça del poble, per exemple. Això farà que tinga molta més repercussió i èxit.

- Per a conèixer altres projectes de cooperatives escolars podeu demanar informació a la **Unió de Cooperatives Educatives Valencianes** a través del correu electrònic: ucev@ucev.coop

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