





© UCEV

Unió de Cooperatives d'Ensenyament Valencianes
C/ Arzobispo Mayoral, 11 - 46002 València
www.ucev.coop

Coordinació: Pepe Albors
Disseny, maquetació i il·lustracions: Pilixip



COOPERATIVES ESCOLARS

MÒDUL 1: QUÈ ÉS UNA COOPERATIVA ESCOLAR

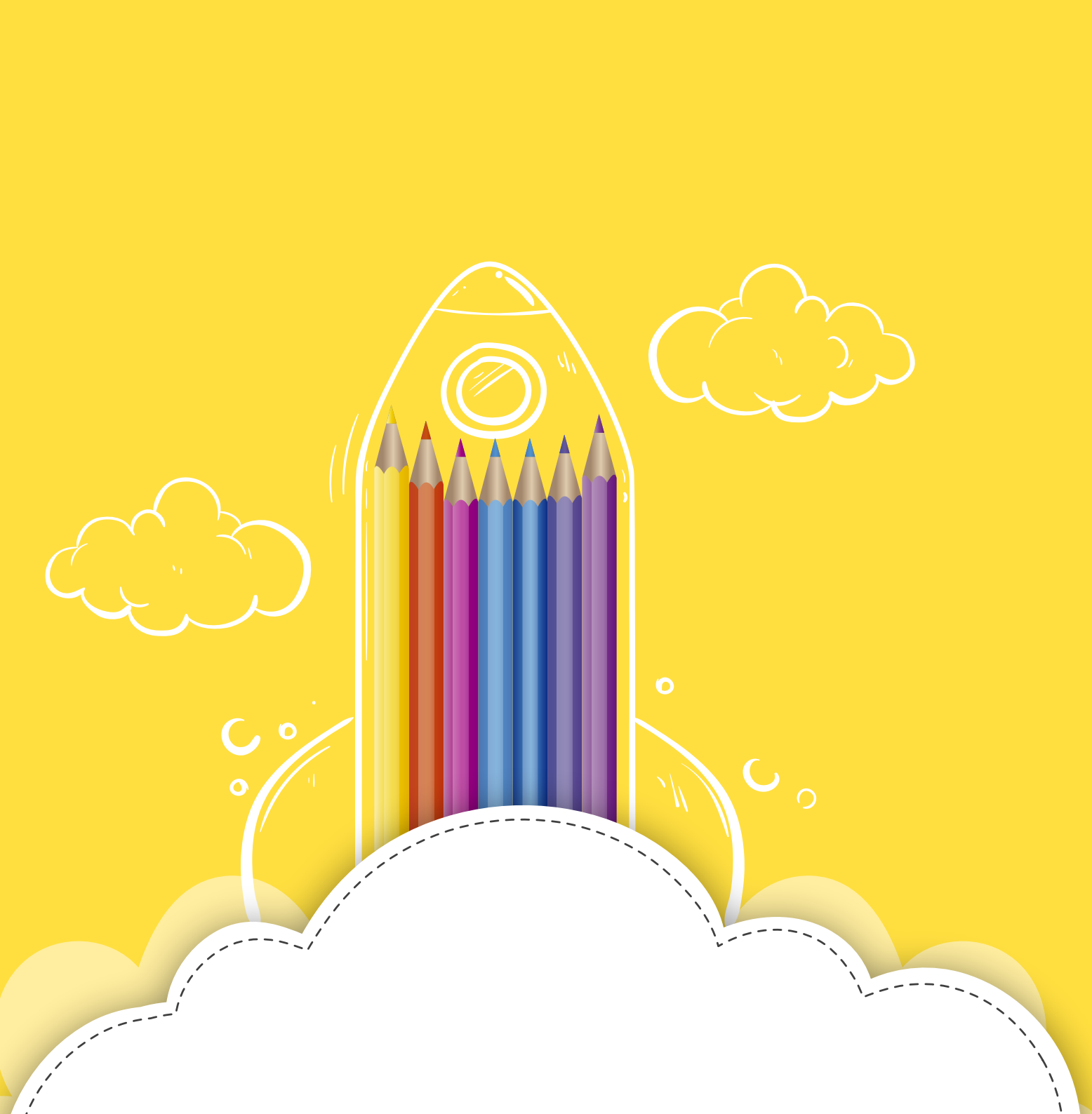
MÒDUL 2: PER QUÈ UNA COOPERATIVA ESCOLAR

MÒDUL 3: COM CONSTITUÏM UNA COOPERATIVA ESCOLAR

MÒDUL 4: EL COOPERATIVISME I L'ECONOMIA SOCIAL

MÒDUL 5: EXEMPLES DE COOPERATIVES ESCOLARS

MÒDUL 6: COM GESTIONEM LA NOSTRA COOPERATIVA?



En la societat actual estan creixent les desigualtats econòmiques, l'individualisme i la precarietat laboral. És cada vegada més necessari fomentar i desenvolupar els **valors cooperatius** per a crear una cultura emprenedora basada en aquests valors des de l'etapa educativa. Cal integrar al sistema educatiu activitats que impregnen la vida escolar de motivació per a cooperar i emprendre amb valors.

La UCEV vol fomentar l'esperit emprenedor en els centres d'ensenyament mitjançant la incorporació de les competències emprenedores en els currículum de les assignatures, així com facilitant materials al personal docent perquè siga més fàcil transmetre a l'alumnat la motivació per emprendre a través de fórmules empresarials de l'economia social.

Aquest projecte tracta d'impulsar la creació de **COOPERATIVES ESCOLARS** per a que l'alumnat pugui treballar en ella al llarg del curs. Des de la constitució de la cooperativa i la creació dels estatuts i els òrgans de govern, fins a experimentar situacions de la vida quotidiana empresarial i aprendre a resoldre-les, aquesta experiència permet a l'alumnat ser protagonista del seu propi aprenentatge.

El material també inclou informació sobre el cooperativisme i l'economia social i mostra exemples d'altres cooperatives escolars que han sigut creades en La Comarcal, Florida, Escola 2, El Drac i Sorolla, entre altres.

MÒDUL 1

QUÉ ÉS UNA COOPERATIVA ESCOLAR

1. Concepte i finalitat d'una cooperativa escolar.
2. Tasques a desenvolupar per l'alumnat.
3. El paper del professorat.



1. Concepte i finalitat d'una cooperativa escolar

Concepte de cooperativa

Una cooperativa és una empresa constituïda per persones que s'associen lliurement per a la realització d'activitats encaminades a satisfer les seues necessitats i aspiracions econòmiques i socials, amb estructura i funcionament democràtics, conforme als **Principis Cooperatius**.

Una cooperativa de treball associat té per objecte proporcionar a les persones sòcies llocs de treball, mitjançant el seu esforç personal i directe, a través de l'organització comuna de la producció de béns o serveis.

Les cooperatives de treball associat conjuguen al temps professionalitat, flexibilitat i participació. Representen un model d'empresa en què els objectius econòmics i empresarials s'integren amb altres de caràcter social. S'aconsegueix, així, un creixement econòmic basat en l'ocupació, l'equitat social i la igualtat. La fórmula cooperativa ofereix una sèrie d'avantatges que es deriven d'un model propi d'organització interna, així com dels principis en què basa la seua filosofia:

- És una fórmula d'**ocupació estable**: les persones sòcies s'uneixen per a satisfer les seues necessitats de treball en les millors condicions possibles.
- Les **persones i el valor del treball** estan per damunt del capital aportat. La cooperativa és una organització democràtica on les decisions es prenen de manera igualitària.
- Els treballadors i les treballadores són **al mateix temps propietaries i gestores** de la cooperativa. Per això hi ha major motivació i identificació amb l'empresa i el seu futur.
- És una fórmula empresarial **en expansió** que ofereix grans possibilitats per a que les persones emprenedores puguin obrir-se camí professionalment.

COOPERATIVA ESCOLAR

Una cooperativa escolar és una associació formada per alumnes amb l'objectiu de **desenvolupar una activitat econòmica dins de l'àmbit del centre escolar**. A diferència d'altres activitats o projectes que es duen a terme a dins de l'aula, a les cooperatives escolars l'alumnat fa una **activitat econòmica real**: compren, venen, produeixen, ofereixen serveis, etc. Encara que aquesta activitat la fan sense ànim de lucre.

És un **projecte flexible**: que es pot adaptar a les necessitats del centre i de l'alumnat i, al mateix temps, es pot emmarcar dins d'una o diverses assignatures o com a projecte extraescolar.

L'alumnat, per a poder formar la cooperativa escolar compta amb l'assessorament i orientació del professorat, que l'acompanya en tot el procés.

MATERIAL COMPLEMENTARI

- ANNEX 1: Diapositiva per explicar a l'alumnat què és una cooperativa escolar.

Quina finalitat té una cooperativa escolar?

Les cooperatives escolars tenen una finalitat netament educativa i formativa. Pretenen desenvolupar els coneixements i les capacitats emprenedores: Alumnes autònoms, responsables, amb iniciativa, creativitat, capacitat de pensar per ells mateixos, ser crítics...



2. Tasques a desenvolupar per l'alumnat

L'alumnat participa en tot el procés de creació de la cooperativa, com veurem amb més detall al mòdul 3, i una vegada constituïda, en el desenvolupament de les seues activitats.

En l'etapa inicial l'alumnat haurà de:

Els objectius de les cooperatives escolars son:

1. Fomentar un aprenentatge transversal i significatiu:

- L'alumnat posa en pràctica competències de diferents àrees i les relaciona, potenciant un aprenentatge significatiu i durador.

2. Desenvolupar capacitats emprenedores:

- Ideant i portant a la pràctica un projecte cooperatiu, treballem: la iniciativa, la innovació, la creativitat, l'autonomia, el lideratge, la col·laboració...
- Assumpció de responsabilitats, enfrontar-se a reptes reals.

3. Treballar simultàniament totes les competències clau del sistema educatiu:

- Comunicació lingüística.
- Competència matemàtica i competències bàsiques en Ciència i Tecnologia.
- Competències Socials i Cíviques.
- Competència Digital.
- Competència en Aprendre a Aprendre.
- Sentit de la Iniciativa i l'Esperit Emprenedor.
- Competència en Expressions Culturals.

4. Crear un context educatiu i lúdic a l'aula:

- Apredre fent.
- Viure l'aprenentatge com un joc.
- Motivar per a l'aprenentatge.

5. Treballar en equip, prendre decisions de manera democràtica:

- Valorar les capacitats pròpies i dels companys.
- El format cooperatiu permet practicar la convivència, la resolució de conflictes... en definitiva, entrenar-se per viure en societat.

6. Connectar l'escola i l'entorn:

- Es fa necessària la implicació de famílies, empreses, institucions...

7. Establir relacions entre l'activitat emprenedora i la responsabilitat en l'entorn.

- L'activitat de la cooperativa crea valor i aporta millores al centre escolar o al municipi.
- L'alumnat destina part dels beneficis a una ONG de la seua elecció.
- Aprenen a ser solidaris i implicar-se a l'entorn.



- Decidir quina activitat es va a realitzar, quins productes es van a elaborar i amb quins materials, o quins serveis va a prestar la cooperativa escolar.
- Triar un nom i crear un logotip.
- Definir l'organigrama, que es la representació gràfica de l'estructura organitzativa de la cooperativa.
- Definir els estatuts on s'establiran les normes que s'hauran de seguir.
- Triar en Assemblea les persones que formaran part del Consell Rector (presidència, secretaria, tresoreria) que posteriorment representaran i organitzaran l'activitat de la cooperativa.
- Establir una quota de capital inicial per a poder començar l'activitat.
- Fer recerca d'altres formes de finançament per a l'activitat de la cooperativa escolar.



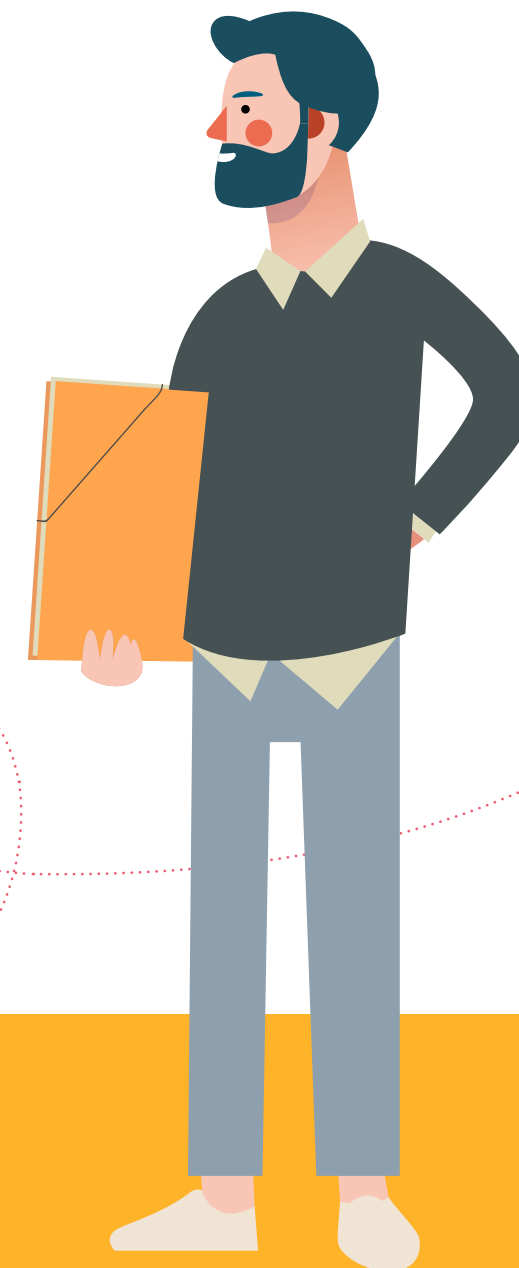
3. Paper del professorat

El professorat té un paper fonamental en la creació de les cooperatives escolars, perquè és qui **guia, dona suport, motiva, modera i coordina l'activitat de l'alumnat**.

A més ha de vincular les activitats de l'alumnat dins dels plans formatius segons el nivell, tenint en compte que en cas de que siga possible és ideal **implicar al professorat d'altres matèries** o nivells educatius.

D'altra banda, el professorat ha de vetllar per la transversalitat del projecte, tenint en compte que es tracta d'afavorir una formació integral de persones i per tal d'**apropar el treball de la cooperativa al context escolar, familiar i sociocultural on es desenvolupa**.

A més pot aportar idees per enriquir el procés i afavorir l'aprenentatge. Per exemple, si l'alumnat vol fer una cooperativa per a fer audiovisuals, el professorat pot enriquir proposant fer curts sobre problemes socials.



MATERIAL COMPLEMENTARI

- ANNEX 2: Diapositiva per explicar a l'alumnat el que haurà de fer.

LA COOPERATIVA ESCOLAR

Realitza una
ACTIVITAT senzilla,
però **REAL**

S'adapta a
les necessitats
d'alumnes i
docents

Utilitza una
METODOLOGIA
participativa,
motivadora,
integradora

MÒDUL 2

PER QUÈ UNA COOPERATIVA ESCOLAR

1. Les cooperatives escolars en relació a les etapes educatives.
2. Relació amb metodologies actives i participatives.
3. Relació amb les competències clau del sistema educatiu.

PRIMÀRIA



Projecte interdisciplinar

SECUNDÀRIA



Iniciació a l'activitat emprenedora i empresarial

BATXILLERAT



Economia de l'empresa

Economia

Fonaments d'administració i gestió

1. Les cooperatives escolars en relació a les etapes educatives



Les cooperatives escolars **poden crear-se en qualsevol nivell educatiu**, però segons el nivell s'engranarà de diferent manera en el plans educatius.

En **Primària** es pot també crear una cooperativa escolar com a projecte interdisciplinar, compartit entre diferents assignatures, o bé utilitzant hores de tutoria o patis, ja que no hi ha cap assignatura que tinga entre els seus objectius la promoció de l'esperit emprenedor..

En canvi, les noves assignatures d'**ESO i batxillerat** de l'àmbit de l'economia i l'administració d'empreses, com són "Iniciació a l'activitat emprenedora i empresarial" i "Fonaments d'Administració i Gestió", creen un marc adequat per posar en marxa projectes de cooperatives escolars.

INICIACIÓ A L'ACTIVITAT EMPRENEDORA I EMPRESARIAL

(PRIMER CICLE)

- Assignatura específica en 1er, 2on i 3er d'ESO.
- 2 hores a la setmana.
- S'ofereix obligatòriament en 3er d'ESO.
- Els centres poden oferir-la d'optativa en 1er i 2on.

(4^è ESO)

- Assignatura troncal en l'opció d'ensenyances aplicades
- 3 hores a la setmana
- Optativa d'oferta obligatòria.

Blocs de continguts (1er i 2on cicle):

1. Autonomia personal, iniciativa emprenedora i innovació.
2. Projecte d'empresa.
3. Pla econòmic – financer.

Selecció de continguts relacionats amb cooperativisme i economia social:

Bloc de continguts 2: Projecte d'empresa.

La idea de projecte d'empresa. Creativitat i innovació. Avaluació de la idea. L'entorn i la funció social de l'empresa. Emprenedoria social.

Elements i estructura de l'empresa.

El pla d'empresa. Estructura.

Tipus d'empresa segons la seua forma jurídica.

L'elecció de la forma jurídica. Principals variables per a determinar la seua elecció.

Tràmits de posada en marxa d'una empresa.

Ajudes i suport a la creació d'empreses.

Les activitats en l'empresa. La funció de producció. La funció comercial i de màrqueting.

Informació en l'empresa. La informació comptable. La informació de recursos humans. Els documents comercials de cobrament i pagament. L'arxiu.

Selecció de criteris d'avaluació relacionats amb cooperativisme i economia social

BL2.1. Crear un projecte d'empresa en l'aula descrivint les característiques internes i la seua relació amb l'entorn així com la seua funció social, identificant els elements que constitueixen la seua xarxa logística com a proveïdors, clients, sistemes de producció i comercialització i xarxes de magatzematge entre altres.

BL2.2. Descriure les diferents formes jurídiques de les empreses, relacionant en cadascuna d'elles les responsabilitats legals així com les exigències de capital triant la més adequada.

BL2.3. Relacionar els diferents tràmits de posada en marxa d'una empresa classificant-los segons l'administració on es realitzen i recopilar les diferents ajudes a la creació d'empreses valent-se de mitjans telemàtics..

BL2.4. Descriure activitats de producció i comercialització pròpies del projecte d'empresa creat.

BL2.5. Organitzar la informació de les diferents àrees del projecte d'empresa aplicant els mètodes corresponents a la tramitació documental empresarial.

BL2.6. Participar en equips de treball per a aconseguir metes comuns assumint diversos rols amb eficàcia i responsabilitat, recolzar a companys i companyes demostrant empatia i reconeixent les seues aportacions i utilitzar el diàleg igualitari per a resoldre conflictes i discrepàncies.

FONAMENTS D'ADMINISTRACIÓ I GESTIÓ

(2ⁿ BATXILLERAT)

- Específica i optativa.
- 4 hores a la setmana.

Blocs de continguts:

Bloc 1: Innovació empresarial. La idea de negoci. El pla d'empresa.

Bloc 2: Estudi del negoci.

Bloc 3: Forma jurídica de l'empresa, documentació i tràmits per a la seua posada en marxa.

Bloc 4: El pla d'aprovisionament.

Bloc 5: Gestió comercial i de màrqueting en l'empresa.

Bloc 6: Organització interna de l'empresa i gestió dels recursos humans.

Bloc 7: Gestió de la comptabilitat en l'empresa.

Bloc 8: Gestió de les necessitats d'inversió i finançament. Viabilitat de l'empresa.

Bloc 9: Exposició i defensa pública de la idea de negoci. Selecció de continguts relacionats amb cooperativisme i economia social:

Selecció de continguts relacionats amb cooperativisme i economia social:

BLOC 3

Elecció de la forma jurídica: Elements constitutius de la forma jurídica: responsabilitat, caràcter dels socis, inversió, etc.

La posada en marxa d'un negoci: Les Administracions Públiques i els seus nivells. Organismes competents de l'Administració.

La constitució de l'empresa: Certificació negativa del nom. Obertura de compte corrent. Elaboració d'estatuts societaris i escriptura pública de constitució. Sol·licitud de CIF. Impostos.

BLOC 6

L'organització interna de l'empresa i la RSC: Competències professionals. Funcions. Objectius empresarials. Pla de RSC.

La gestió de RRHH: Anàlisi dels llocs de treball. Fonts de reclutament: especial atenció a les XXSS professionals. El procés de selecció de personal.

El contracte de treball: elements constitutius de la relació laboral. Subvencions i incentius a la contractació. La nòmina.

Selecció de criteris d'avaluació relacionats amb cooperativisme i economia social

BLOC 3

BL 3.1. Analitzar les diferents formes jurídiques empresarials del Dret espanyol per a emprar d'una forma adequada una d'elles en la constitució de l'empresa.

BL 3.2. Investigar els tràmits legals necessaris per a crear una empresa i identificar els organismes de l'Administració que els avalen, mitjançant l'emulació del procés de constitució.

BL 3.3. Elaborar la documentació necessària per a l'engegada d'una empresa i presentar-la diferenciant els organismes de l'Administració receptors.

BLOC 6:

BL 6.1. Analitzar l'organització interna de l'empresa, així com l'equip desenvolupador de la idea, descriure les capacitats de cadascun dels seus membres i establir els objectius empresarials sobre la base de criteris ètics i al pla de RSC de l'empresa.

BL 6.2. Establir criteris de valoració en un procés de selecció de personal analitzant les necessitats de contractació de l'empresa i treballant a l'entorn de les XXSS professionals.

BL 6.3. Redactar contractes de treball ajustats als nous incentius a la contractació i organitzar la documentació generada en el procés de selecció de personal mitjançant sistemes d'arxiu en núvol.



2. Relació amb metodologies actives i participatives

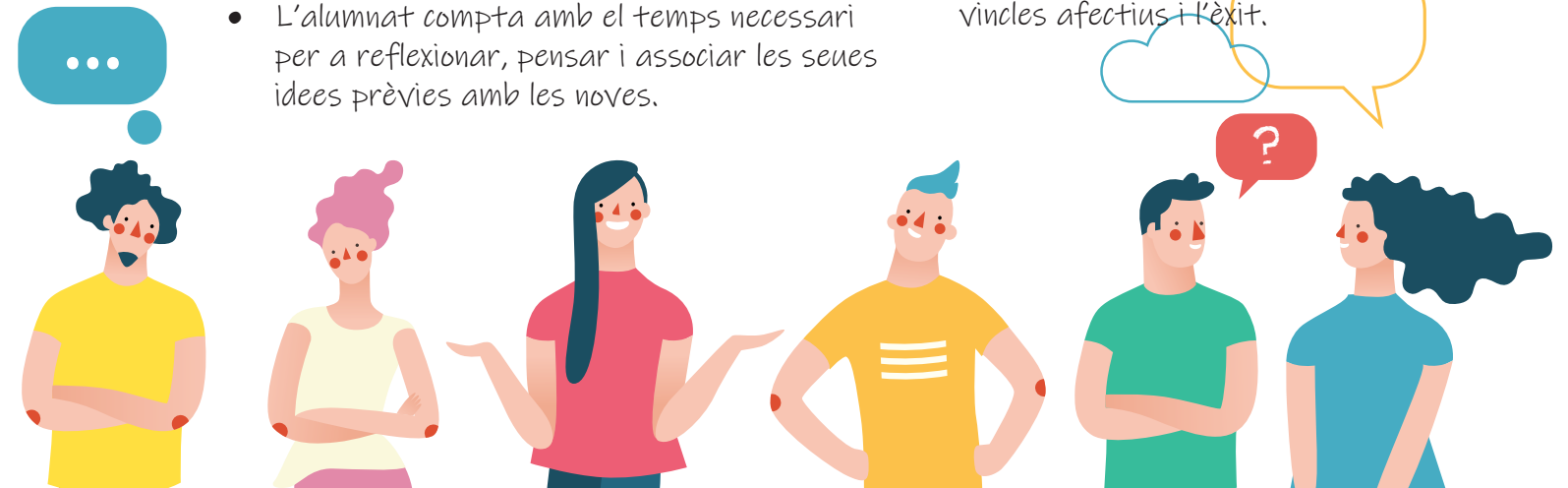
Les Cooperatives Escolars, a més d'acostar als alumnes una forma jurídica empresarial que queda moltes vegades fora del currículum, ajuden a plantejar una metodologia dinàmica, activa i participativa a l'aula. A més, el treball mitjançant un projecte empresarial cooperatiu, implica treballar totes les competències clau del sistema educatiu d'una manera aplicada, potenciant la capacitat emprenedora dels alumnes i la seua actitud proactiva davant la vida.

Les metodologies actives es basen en l'aprenentatge cooperatiu on a partir de l'organització de l'aula en grups mixtes i heterogenis, l'alumnat treballa conjuntament per desenvolupar una determinada tasca i aprofundir en el seu propi aprenentatge. **Els avantatges d'aquesta metodologia es basen en els següents aspectes:**

- El grup o grup-clase té una enorme potencialitat per a l'aprenentatge a través de la creació de situacions d'interacció social que generen coneixements compartits.
- Promou un major domini del llenguatge com a vehicle de comunicació i eina de pensament. El llenguatge parlat és l'instrument bàsic perquè els alumnes contrasten i modifiquen els esquemes de coneixement que van construint.
- Quan els grups són mixtes i heterogenis es generen conflictes que condueixen a la reestructuració d'aprenentatges per la recerca de solucions i assimilació de perspectives diferents a les pròpies.
- El treball cooperatiu dota a l'alumnat de habilitats socials i comunicatives per a participar en discussions i debats eficaços.
- Es produeix una interdependència d'aprenentatges. Quan una persona aprèn, la resta també ho fa. Aquesta interdependència positiva es motivadora, incrementa l'esforç individual i promou la salut emocional.



- Hi ha una democratització de les oportunitats d'èxit que millora les destreses socials relacionades amb la comunicació, la cooperació, la resolució pacífica de conflictes i l'ajuda mutua. També promou la persistència en la tasca.
- El treball en equip permet la modificació dels continguts fins adequar-los al nivell de comprensió de cada persona a través d'un procés col·lectiu de clarificació de dubtes, utilització d'un vocabulari adequat i la explicació més detinguda dels conceptes.
- El grup afavoreix un entorn de treball relaxat que fomenta la participació de les persones més insegures.
- L'alumnat compta amb el temps necessari per a reflexionar, pensar i associar les seues idees prèvies amb les noves.
- El treball cooperatiu afavoreix un clima afectiu adequat per a l'aprenentatge.
- L'alumnat pot assolir noves estratègies d'aprenentatge a través de l'observació de companys i companyes.
- L'aprenentatge cooperatiu promou l'aparició de dinàmiques que fomenten actituds més positives davant del compromís amb la tasca que es desenvolupa. Això es tradueix en un augment de la motivació.
- Contribueix al desenvolupament d'un autoconcepte i autiestima positius, en la mesura en la que influeix positivament en dos dels seus aspectes fonamentals: els vincles afectius i l'èxit.



3. Relació amb les competències clau del sistema educatiu

El projecte de la cooperativa escolar desenvolupa algunes de les competències clau del sistema educatiu, com podem veure al següent quadre:



COMPETÈNCIES	COM LES TREBALLEM A LA COOPERATIVA ESCOLAR
COMPETÈNCIA EN COMUNICACIÓ LINGÜÍSTICA (CCLI): Fa referència a l'habilitat per a expressar idees i interactuar amb altres persones de manera oral o escrita, portant a terme una comunicació efectiva.	• Transmissió efectiva d'idees amb l'objectiu de convèncer l'interlocutor. • Pràctica del debat i la discussió constructiva en assemblea. • Coneixement de documents oficials i terminologia específica. • Redacció de documents propis: actes, estatuts,...
COMPETÈNCIA MATEMÀTICA I COMPETÈNCIES BÀSIQUES EN CIÈNCIA I TECNOLOGIA (CMCT): Capacitats per a aplicar el desenvolupament matemàtic per a resoldre qüestions de la vida quotidiana; habilitats per a utilitzar els coneixements i metodologia científics per a explicar la realitat que ens envolta; aplicar els coneixements i mètodes per a donar resposta als desitjos i necessitats humanes.	• Resolució de problemes. • Generació i interpretació d'informació comptable bàsica. • Interpretació d'informació bancària: sol·licitud d'un préstec. • Càlculs d'ingressos i despeses. • Determinació dels preus dels productes.
COMPETÈNCIA DIGITAL (CD): Implica la utilització segura i crítica de les TIC per a obtenir, analitzar, produir i intercanviar informació.	• Utilització efectiva de les TIC per a la cerca d'informació. • Utilització de les TIC per a la comunicació eficient entre els membres de la cooperativa. • Utilització d'aplicacions informàtiques per a la redacció i l'exposició d'informació.
COMPETÈNCIA PER A APRENDRE A APRENDRE (CAA): Actitud positiva i iniciativa. Implica que l'alumne desenvolupi la seua capacitat per a iniciar l'aprenentatge i persistir amb ell, organitzar i planificant les seues tasques i temps i treballar de manera individual o col·laborativa per a aconseguir un objectiu.	• Planificació i organització del procés de creació de la cooperativa. • Assignació de tasques i responsabilitats entre els diferents membres de la cooperativa. • Consciència de les pròpies capacitats i aptituds. • Reflexió sobre allò aconseguit amb la cooperativa i sobre les possibilitats de millora.
COMPETÈNCIES SOCIALS I CÍVIQUES (CSC): Fan referència a les capacitats per a relacionar-se amb les persones i participar de manera activa, participativa i democràtica en la vida social i cívica.	• Coneixement dels diferents tipus d'empresa. • Coneixement de les funcions de l'empresa en la societat. • Valoració de la RSC i dels valors ètics de la cooperativa. • Presa de decisions de manera democràtica. • Respecte a les opinions dels companys i capacitat d'arribar a consensos.
SENTIT DE LA INICIATIVA I ESPERIT EMPRENEDOR (SIEE): Implica les habilitats necessàries per a convertir les idees en actes, com la creativitat o les capacitats per a assumir riscos i planificar i gestionar projectes.	• Actitud positiva davant els nous reptes. • Transformació d'una idea en un projecte cooperatiu. • Planificació i gestió del projecte. • Definició d'objectius i especificació de tasques i passos per a aconseguir-los.
CONSCIÈNCIA I EXPRESSIONS CULTURALS (CEC): Fa referència a la capacitat per a apreciar la importància de l'expressió a través de la música, les arts plàstiques i escèniques o la literatura.	• Disseny del nom i del logotip de la cooperativa. • Elaboració de cartellera i tècniques de marketing. • Creativitat i innovació. • Preocupació per la qualitat.

MÒDUL 3

COM CONSTITUÏM UNA COOPERATIVA ESCOLAR

1. Formació dels grups.
2. Anàlisi de la forma jurídica cooperativa.
3. Elecció de l'activitat de la cooperativa.
4. Estatuts socials i òrgans de govern.
5. Formes de finançament.



1. Formació dels grups

Amb quants alumnes constituïm la cooperativa?

El primer aspecte que cal resoldre a l'hora de posar en marxa una cooperativa escolar es com formarem els equips que formaran la o les cooperatives.

D'entrada hi han dues opcions:

OPCIÓ A: La classe es divideix en grups i cadascun crearà una cooperativa. Això implica formar **grups d'entre 5 i 10 persones**.

OPCIÓ B: Tota la classe forma part de la mateixa cooperativa.

En tots els casos:

- Els alumnes del grup es complementen, tots aporten.

En la següent taula podem veure els aspectes positius i negatius de cada opció:

	OPCIÓ A: GRUP 5-10 PERSONES	OPCIÓ B: GRUP CLASSE
ASPECTES POSITIVS +	• Capacitat d'adaptació als seus interessos. • Major implicació individual. • És més fàcil coordinar-se i arribar a acords.	• Més capacitat total de producció. • Menys càrrega de feina per persona. • Possibilitat de realitzar més activitats.
ASPECTES NEGATIVS -	• Major responsabilitat individual. • Menys capacitat total de producció.	• És més difícil coordinar-se i arribar a acords. • Es dilueix la responsabilitat individual. • És més difícil detectar i resoldre problemes.

Com fem els equips?

En cas que l'opció triada siga formar grups menuts, existeixen diferents criteris per a formar grups:

- Grups naturals creats pels alumnes segons els seus interessos i afinitats.
- Grups creats pel professorat.
- Grups creats al atzar o utilitzant alguna tècnica per a la divisió.

Hi ha que tindre en compte, a l'hora de crear equips per a formar cooperatives escolars, que s'han de complir aquestos **objectius**:

1. S'han de crear **grups funcionals**, que permeten el treball a l'aula i dur a terme l'activitat de la cooperativa.
2. Cal aconseguir **que totes les persones se senten integrades**, importants, valorades i imprescindibles.
3. Cal aconseguir **que totes les persones assumisquen responsabilitats**.
4. Els **grups** han d'estar **equilibrats** i amb tots els rols necessaris.

Per això, cal tenir en compte algunes cuestions que ens ajudaran a formar correctament els grups, com per exemple:

- Tècniques de formació de grups, rols d'equip, que vorem en el punt següent.
- Esperit emprenedor (creativitat, iniciativa, autonomia, perseverança, responsabilitat, esperit positiu, capacitat de decisió i d'assumir riscos, adaptabilitat, solidaritat, etc.)
- Autoconeixement personal dels propis interessos, aptituds i motivacions per part de l'alumnat.

Tècniques de formació dels grups

Una de les eines que tenim al nostre abast per a la creació dels equips és el **Mètode dels nou Rols d'Equip Belbin**.

Belbin va identificar nou comportaments diferents (o contribucions) que les persones mostren en el lloc de treball.

En identificar els nostres Rols d'Equip, ens assegurem d'utilitzar les nostres fortaleces de la manera més avantatjosa possible i de gestionar les nostres febleses el millor que podem.

Els equips d'èxit necessiten una combinació adequada de persones en ells, de tal manera que els comportaments associats als nou Rols d'Equip estiguen representats.

Però això no vol dir que necessites nou persones en cada equip! La majoria de les persones se senten còmodes exercint dos o tres Rols d'Equip (Rols alts), poden assumir altres tants si els resulta necessari (Rols mitjans) i la resta preferixen no adoptar-los en absolut (Rols baixos).

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



Segons BELBIN les persones poden ser:

1

INVESTIGADORA DE RECURSOS

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

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

Pot oblidar-se de donar seguiment a les iniciatives.

2

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.

3

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 si mateix poc treball que fer.

4

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.

5

MONITORA AVALUADORA

Seriosa, perspicaç i estratègia. 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.

6

ESPECIALISTA

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

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

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

7

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.

8

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.

9

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.

TREBALL A L'AULA

Per a posar en pràctica aquest mètode durem a terme aquestes fases:



Explicarem a l'alumnat els diferents rols que formen un equip. Per parelles els demanem que assenyalen quins rols s'adeqüen més a ells i al company, i finalment, observem quins rols coincideixen. El més adient serà crear els grups amb gent amb diferents rols.

MATERIALI COMPLEMENTARI

- ANNEX 3: 9 Rols d'Equip Belbin..

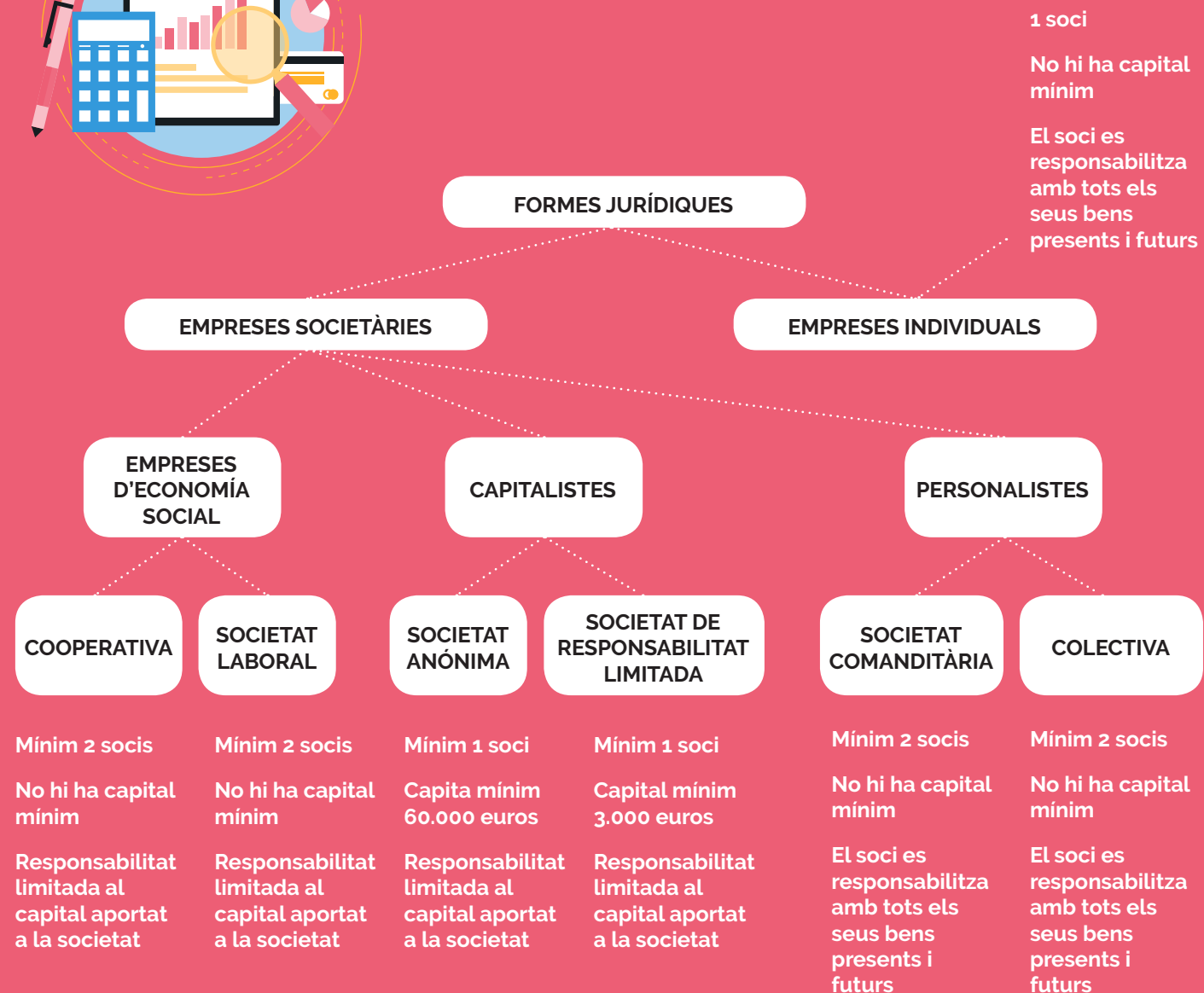
PLANTILLA D'EXERCICIS PER A FER AMB L'ALUMNAT

• Tria tres rols d'equip de Belbin amb els que t'identifiques i tres rols que puguin definir al teu company o companya.

EL MEU NOM:	NOM COMPANY/A:

A continuació es posaran en comú tots els rols:

[illegible]



2. Anàlisi de la forma jurídica cooperativa

Quina forma jurídica utilitzarem per a la nostra activitat?

En el quadre de la pàgina anterior tens les diferents formes jurídiques i les seues diferències pel que fa a:

- Número mínim de persones socies.
- Capital mínim a aportar.
- Responsabilitat de les persones socies.

COOPERATIVA DE TREBALL ASSOCIAT (CTA)

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

Diferències entre les Cooperatives de Treball Associat 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

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'economia social.
- Tenen una funció social.

Els principis cooperatius¹

Valors pels quals es guia l'actuació de les cooperatives.

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. Interès per la comunitat

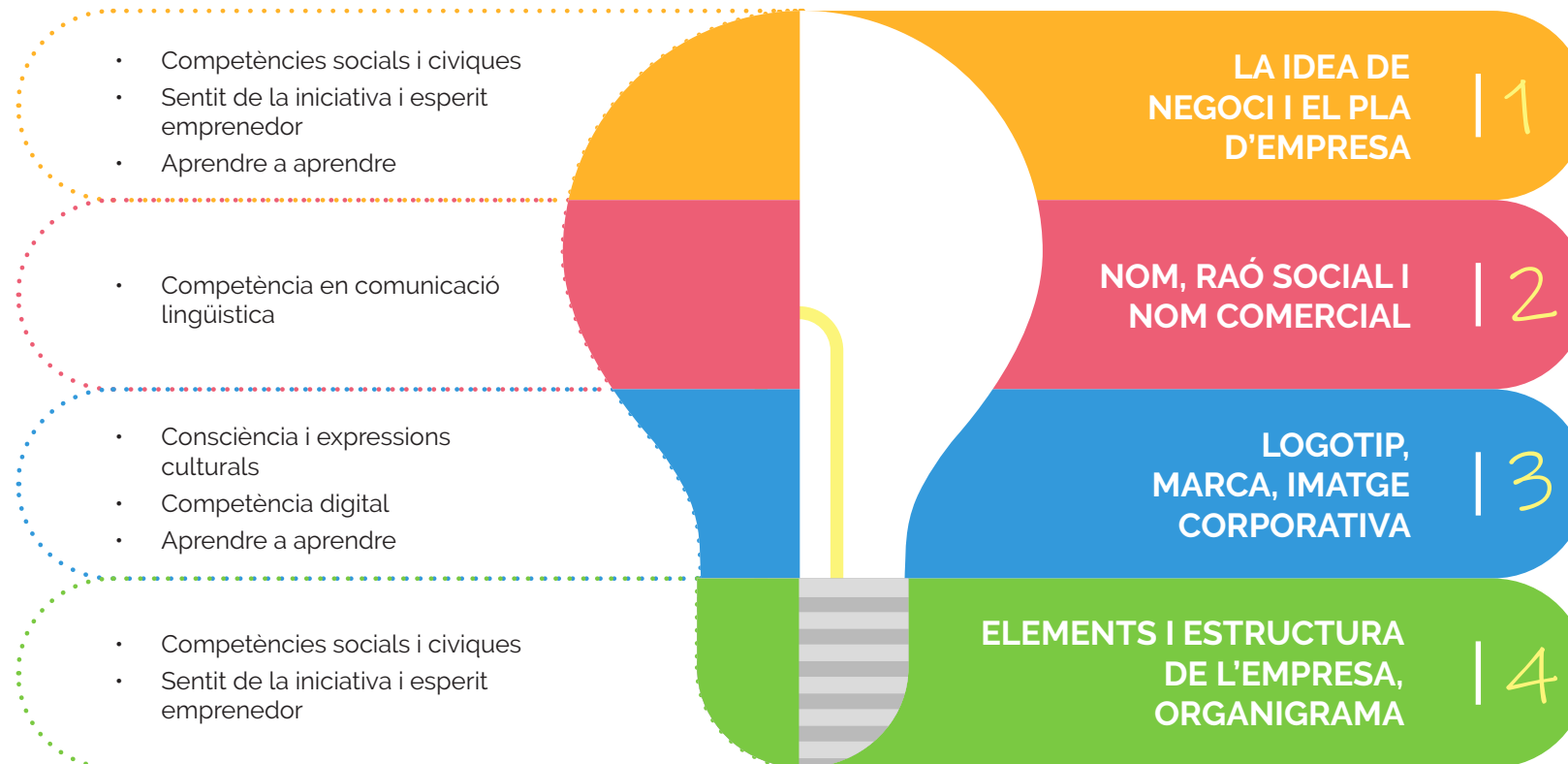
¹ Els principis cooperatius es veuran amb més detall al mòdul 4.

3. Elecció de l'activitat de la cooperativa

Com ho fem?

A l'hora de triar l'activitat de la nostra cooperativa escolar tindrem en compte els següents aspectes:

- Ha de ser una activitat interessant i motivadora.
- Que aporte valor: a l'alumnat, al centre escolar, a la comunitat.
- Que permeta l'aprenentatge.
- Que siga sostenible.
- Que es puga treballar durant tot el curs escolar.



- Idear, pluja d'idees
- Valorar pros i contes de cada idea
- Escollir democràticament intentant arribar al consens.

- Idear, pluja d'idees
- Valorar pros i contra de cada idea
- Escollir democràticament intentant arribar al consens.

- Què volem transmetre? A quin públic ens dirigim?
- Estudiar els elements i característiques dels logotips.

- És la representació gràfica de l'estructura de la cooperativa.
- Reflexa com s'organitza l'activitat.
- Poden ser verticals, horitzontals, mixt, circular, col·laboratiu, etc.

MATERIAL COMPLEMENTARI

- ANNEX 4: Diapositiva amb esquema de les tasques a desenvolupar per a muntar la cooperativa

CAL TENIR EN COMPTÉ...

PER A L'ACTIVITAT

A l'hora de triar l'activitat de la nostra cooperativa escolar tindrem en compte els següents aspectes:

- Ha de ser una activitat interessant i motivadora.
- Que aporte valor: als alumnes, al centre escolar, a la comunitat.
- Que permeta l'aprenentatge.
- Que siga sostenible.
- Que es puga treballar durant tot el curs escolar.



PER AL NOM

El nom d'una empresa no serveix només per a diferenciar-se de la resta. Un bon nom aconsegueix que el consumidor confie i se senti identificat amb els seus productes. Una empresa pot tenir un o més noms:

- **Denominació social:** reconeguda en totes les seues relacions amb altres empreses.
- **Nom comercial:** diferència a una empresa d'unes altres. Nom pel qual és coneguda l'empresa.

EN MOLTS CASOS LA DENOMINACIÓ SOCIAL I EL NOM COMERCIAL COINCIDEIXEN.

El nom de l'empresa ha de ser:

- Curt i fàcil de recordar. Exemple: "iPhone"
- Únic i creatiu. Exemple: "Rastreator"
- Positiu (inclús en altres idiomes). Exemples: "Amena", "Uni2", "VivaTours"...
- Que es puga relacionar amb el que fa l'empresa. Exemple: "Consum", "Don Limpio"...

PER A LA MARCA

És important que la nostra empresa tinga una marca, logotip o imatge corporativa:

- Ens dona coherència.
- Ens diferencia de les altres empreses.
- Fa que els nostres clients ens reconeguen fàcilment.
- Reflecteix els valors i la personalitat de l'empresa.



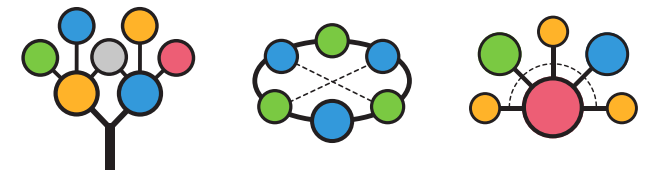
PER A L'ORGANIGRAMA

En una empresa s'estableixen dos tipus de relacions entre els llocs de treball existents:

- **Relacions verticals:** vincles jeràrquics de comandament i subordinació en funció del grau de responsabilitat.
- **Relacions horitzontals:** apareixen per la necessitat de coordinar les tasques entre diferents llocs de treball o departaments.

L'organigrama reflectirà aquestes relacions, perquè és la representació gràfica de l'estructura d'una empresa en el qual es posen de manifest les relacions existents entre les diferents parts que la componen. Hi han organigrames:

- Verticals
- Horitzontals
- Circulars
- Col·laboratius





4. Estatuts socials i òrgans de govern

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 formaran el Consell Rector.
- Règim econòmic: aportacions, responsabilitat, comptes.
- Motius de dissolució i liquidació de la cooperativa.

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 Estatuts 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.

Exemple d'estatus de cooperatives escolars:

Estatuts de la cooperativa Big Kids Coop. V.

Informació General

Article 1.- Denominació social: Aquesta cooperativa actuarà i signarà sota el nom de Big Kids Coop. V.

Article 2.- Domicili Social: C/ 578 N°2 46182 València.

Article 3.- Objecte Social: Aprenentatge cooperatiu i per a finançar les possibles activitats que represente un cost, entre elles el pròxim viatge de Comitè Europa.

Article 4.- Durada: Il·limitada. Fins que els membres decidisquen dissoldre la cooperativa.

Article 5.- Beneficis: Dels beneficis "bruts" es dedicarà un 15% a activitats solidàries, a decidir per l'Assemblea General a proposta del Consell Rector. La resta es repartirà entre tots els socis en parts iguals.

Normes d'associació

Article 6.- Requisits per a ser soci/a: Estudiar o treballar en el domicili social de la cooperativa, pertànyer al grup de la 24 promoció, i aportar el capital obligatori.

Article 7.- Aportacions de capital: Cada membre que desitge participar en la cooperativa haurà d'aportar quatre euros (4€). En cas que un dels integrants volguera deixar la cooperativa, cobrarà un 75% del que ha invertit inicialment, però si no l'ha deixat voluntàriament, és a dir si ha sigut expulsat no cobriria, pagant per la seua expulsió.

Article 8.- Drets i deures dels socis/as: Tot membre de la cooperativa haurà de beneficiar-la continuant el treball, venent productes o fent publicitat de la nostra cooperativa cada dia. Cap persona sòcia de la cooperativa podrà ser discriminada per qüestions polític-partidàries, religioses, de nacionalitat o gènere, qui discrimine serà expulsat o sancionat. Tota persona sòcia té dret a participar en les activitats de la cooperativa, a tenir veu i vot en l'Assemblea General, a triar i ser triada per a algun càrrec social i a participar en el repartiment de beneficis. Tota persona sòcia tindrà obligació d'assistir a les Assemblees Generals acatant les decisions adoptades per la majoria així com participar en les diferents activitats promocionades per la pròpia Cooperativa.

Article 9.- Motius de penalització o expulsió: En cas que una persona sòcia trenque o robe algun producte o material, haurà de pagar el cost d'aquest objecte, si es desconeix qui ho ha trencat es pagarà entre tots. Si no se sap el cost exacte de l'objecte s'aproxima i es paga entre tots. En cas de furt d'algun objecte s'expulsarà de la cooperativa i se li obligarà a pagar el cost d'aquest objecte o producte. Si un soci/a és expulsat no tindrà dret a participar en els beneficis ni a rebre el capital invertit.

Òrgans de representació

Article 10.- Els òrgans de representació són: L'Assemblea i el Consell Rector.

Article 11.- L'ASSEMBLEA està formada per totes les persones sòcies. Es reunirà, almenys, una vegada al mes i serà vàlida sempre que hi haja almenys la meitat més un (mínim 16). La convoca el Consell Rector quan estime convenient. L'ha de convocar, a més, quan ho sol·liciten almenys 10 socis.

Article 12.- EL CONSELL RECTOR està format per tres membres de la cooperativa, dels quals un assumirà la presidència, un altre la secretaria i un altre la tresoreria. Es renovarà cada sis mesos. Té obligació d'assistir a totes les Assemblees, convocar-les i dirigir-les. Es reunirà, almenys, 2 vegades al mes. Serà l'encarregat de vetllar per la bona convivència i actuar en els casos de conflicte.

Article 13.- Presidència: Presideix l'Assemblea i el Consell Rector. Representa a la Cooperativa davant de tercers. El seu vot pot trencar un empat.

Article 14.- Secretaria: S'encarrega de redactar actes (del Consell i l'Assemblea) guardar-les i mantenir informats a la resta dels socis/as. Tindrà al dia el registre de socis. S'encarrega dels ordres del dia de l'Assemblea General.

Article 15.- Tresoreria: Es fa càrrec del control dels diners i informa d'açò a la cooperativa. Tindrà al dia el registre d'aportacions de capital. Presentarà els comptes com a mínim cada sis mesos, i al canvi del Consell Rector.

Disolució de la Cooperativa

Article 16.- La dissolució es realitzarà per acord de l'Assemblea General quan la situació així ho requerisca, necessitant el vot favorable del 70% dels socis en actiu. El Consell rector serà l'encarregat de retornar el capital a les persones sòcies i fer el repartiment d'existències (tant monetàries com de productes).

Article 17.- Per a qualsevol conflicte o situació no arreglada en els presents estatuts assumim l'autoritat de la persona que siga nostra tutora de grup i de la cooperativa Escola 2 qui actuarà, a més, com a entitat de crèdit, registre cooperatiu i tribunal de conflictes.



MATERIAL COMPLEMENTARI

- ANNEX 5: Diapositives d'estatuts i òrgans de govern
- ANNEX 6: Model d'estatuts
- FERRAMENTES PER A LA CREACIO DE LOGOTIPS: <http://www.inventosnuevos.com/crear-logos-gratis/>
<https://logotipogratis.com/>
- TALLER DE CREATIVITAT I INNOVACIÓ de la Junta d'Andalusia: <http://cort.as/-CLUe>
- TALLER D'IMATGE CORPORATIVA I LOGOTIP: <http://cort.as/-CLUp>

5. Formes de finançament

On aconseguim els diners per posar en marxa la nostra cooperativa?

Per a portar a terme la nostra activitat, necessitem diners.

Les diferents formes que tenim d'aconseguir aquests recursos són:

- **Utilitzar el capital propi**

La primera font de finançament que tindrà la nostra cooperativa serà el **Capital Social**, que aporten les persones sòcies quan es constitueix la cooperativa escolar.

El capital social que normalment posa l'alumnat va dels 3€ als 10€ per persona, segons el tipus de cooperativa.

Aquest tipus de finançament és el menys arriscat perquè no comporta l'obligació de pagar interessos ni de retornar els diners.

Sempre és recomanable en iniciar un negoci, utilitzar capital propi, almenys en l'etapa de la creació, i ja més endavant, quan el negoci comence a créixer, es poden utilitzar altres fonts externes de finançament.

No obstant açò, quan el nostre capital propi no és suficient, és possible combinar aquest amb les fórmules que veurem a continuació.

- **Demanar als familiars i/o amics**

Si no comptem amb suficient capital propi, una bona alternativa per a finançar la creació d'un negoci és demanar diners prestats a familiars i amics, 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 (encara que pel nostre compte, quan comencen a haver-hi beneficis, podem retribuir-los econòmicament la confiança dipositada en nosaltres) 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.

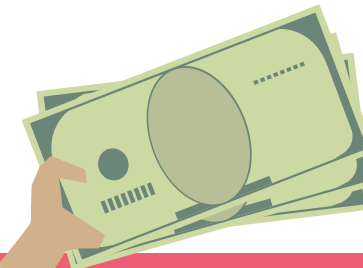
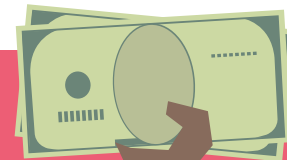
- **Demanar un préstec al banc i altres entitats financeres**

Una altra forma de finançament per a la creació d'un negoci és sol·licitar diners prestats al banc o a una entitat de crèdit.

Aquest tipus de finançament és una mica complicat 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 comptem amb bona reputació creditícia, bones referències comercials o una atractiva idea de negoci, recolzada per l'elaboració d'un bon pla de negoci.

El desavantatge d'aquest tipus de finançament és que sol tindre un **cost** del préstec (taxa d'interès) elevat.



MÒDUL 4

EL COOPERATIVISME I L'ECONOMIA SOCIAL

1. La cooperativa: un model diferent
2. Els orígens del cooperativisme
3. El cooperativisme escolar
4. Els principis cooperatius
5. L'economia social



1. La cooperativa: un model diferent

Les cooperatives són organitzacions de base col·lectiva que no sols es preocupen per les qüestions econòmiques, sinó també de les necessitats dels seus membres i la qualitat de vida en les seves comunitats. Les cooperatives difereixen d'altres empreses en quatre aspectes principals:

- **Un propòsit diferent:** El propòsit principal de les cooperatives és **satisfar les necessitats dels seus membres**, mentre que el propòsit principal de la majoria de les empreses inversores és maximitzar el benefici per als accionistes.
- **Funcionament democràtic:** Les cooperatives utilitzen el sistema democràtic **"una persona = un vot"**, i no el sistema d'un vot per acció utilitzat per les empreses de capital. Això ajuda a la cooperativa a servir a la necessitat comú, més que a la individual, i és una manera de garantir que les persones, i no el capital, controlen l'empresa.
- **Una assignació diferent del lucre:** En les cooperatives, **els beneficis es distribueixen sobre la base de l'ús que fan els socis i sòcies de la cooperativa**, no en funció del nombre d'accions que posseeixen. Les cooperatives també tendeixen a **invertir els seus beneficis en la millora de servei als seus membres i promoure el benestar de les seves comunitats**.
- **Importància dels valors:** Les cooperatives estan basades en els **principis cooperatius** que són: l'autoajuda, la autoresponsabilitat, la democràcia, la igualtat, l'equitat i la solidaritat. En la tradició dels seus fundadors, els socis cooperativistes fan seus els valors ètics de l'honestetat, la transparència, la responsabilitat i la vocació social.

2. Els orígens del cooperativisme

El cooperativisme naix al segle XIX com a moviment social a Anglaterra amb la Revolució Industrial. En aquest període es produeixen importants canvis econòmics, socials i tecnològics al passar d'una economia rural basada en l'agricultura, el comerç i l'artesania a una economia urbana, industrialitzada i mecanitzada. Va sorgir el capitalisme i la divisió de les classes socials: per una banda, els propietaris dels mitjans de producció que s'enriquien i, per altra, la massa obrera, homes i dones explotats, mal pagats, forçats a treballar més de 15 hores diàries i en condicions de misèria.

Els efectes negatius de la Revolució Industrial afectaren especialment al treballadors i treballadores de la ciutat anglesa de Rochdale, que per a mitigar els problemes socials es reunien per a buscar formes d'organització que els ajudaren a resoldre les seues necessitats comuns.

Així, en 1844, un grup de **27 homes i 1 dona** coneguts com als **Pioners de Rochdale**, muntaren la primera cooperativa del món després de quedar-se sense feina per fer una vaga. La cooperativa es va anomenar **Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale** i era una cooperativa de consum que distribuïa entre els seus socis els excedents generats per la seua activitat. Llogaren un xicotet magatzem i començaren a vendre sucre, mantega, farina, avena i ciris. En aquesta primera cooperativa es van definir les bases doctrinals del moviment cooperatiu a nivell mundial: distribució equitativa dels beneficis, accés a l'educació, igualtat de drets, un vot per persona i la no discriminació per edat, sexe, ocupació, credo polític o religió, etc.

Les 28 persones que van fundar la cooperativa aportaren un capital inicial de 28 lliures esterlines. Set anys després ja tenien 1.400 socis i 11.032 lliures esterlines de capital.

Després sorgiren pensadors socials com **Robert Owen** (Anglaterra, 1771-1858) que va ser un gran impulsor del moviment obrer britànic i es va convertir en el pare del

cooperativisme modern; o **Charles Fourier** (França, 1772-1837), que va tindre la idea d'eliminar els intermediaris i connectar directament als productors i consumidors. Molts altres pensadors van fer aportacions significatives al pensament cooperativista i es convertiren en dirigents de moviments socials com el mutualisme, el sindicalisme, el socialisme i el cooperativisme.

Els valors del cooperativisme es van difondre arreu del món. En França, Alemanya, Itàlia, els països escandinaus i altres territoris apareixien quasi simultàniament noves formes de cooperació en el camp econòmic i social: cooperatives de crèdit orientades cap als camperols, cooperatives agrícoles, cooperatives d'estalvi i crèdit, orientades principalment per a servir als artesans i xicotets industrials, cooperatives de producció i treball, cooperativisme d'habitatge, segurs cooperatius, cooperatives sanitàries, artesanes, etc.

A Espanya, i algunes de les seues característiques són igualment aplicables a Portugal, el cooperativisme de consum, que apareix a finals del segle XIX, té dues orientacions: en el nord, principalment a Catalunya, es desenvolupen les cooperatives de consum; en el centre i altres províncies la major expansió correspon a les cooperatives del camp.

A València es crea la primera cooperativa en 1837 amb els **"Granerers de Torrent"** i hi ha gran tradició de cooperativisme agrari des de principis del segle XX.

És important posar en relleu que les cooperatives, en el seu procés de desenvolupament, quasi des de l'inici del moviment cooperatiu, van establir diverses formes d'integració i va ser així com en 1895 es va organitzar a Europa l'**Aliança Cooperativa Internacional (ACI)**.

3. El cooperativisme escolar

Les primeres experiències van sorgir a França al finalitzar la Primera Guerra Mundial (1914-1917) amb el professor Barthelemy Profit, que després d'observar el deplorable estat en el que havien quedat els centres educatius després de la guerra, va proposar a l'alumnat d'agrupar-se en xicotetes cooperatives autogestionades per adquirir mobiliari i material educatiu. L'alumnat voluntàriament formava part d'aquestes cooperatives i comptava amb un docent que feia de guia o assessor per a garantir la democràcia participativa.

Després, el model es va expandir a la resta de centres educatius de França.

En la segona meitat del segle XIX el cooperativisme escolar es va expandir a la resta del món.

MATERIAL COMPLEMENTARI

- ANNEX 7: Diapositiva dels principis cooperatius



4. Els principis cooperatius

Des de la seva creació l'any 1895, l'Aliança Cooperativa Internacional (ACI) ha sigut l'autoritat definitiva en la definició de cooperatives i en l'elaboració dels principis sobre els que s'haurien de basar. L'Aliança ja havia realitzat dues declaracions formals sobre els principis cooperatius, l'any 1937 a París i a Viena el 1966, basant-se en els principis o regles emanades de la primera Cooperativa de Consum de Rochdale a mitjans del segle XIX.

L'Aliança Cooperativa Internacional, en el seu darrer Congrés de Manchester el setembre de 1995, va adoptar la **Declaració sobre la Identitat Cooperativa**, que inclou un conjunt revisat de principis que pretén guiar les

organitzacions cooperatives a principis del segle XXI. Tenen els seus orígens en la Cooperativa de Rochdale i en l'Associació Cooperativa Internacional.

Les cooperatives estan basades en els valors de l'autoajuda, l'autoresponsabilitat, la democràcia, la igualtat, l'equitat i la solidaritat. En la tradició dels seus fundadors, els socis cooperativistes fan seus els valors ètics de l'honestat, la transparència, la responsabilitat i la vocació social.

Els principis cooperatius són pautes mitjançant les quals les cooperatives posen en pràctica els seus valors.



PRINCIPIIS COOPERATIVUS

1r. Adhesió voluntària

Les cooperatives són organitzacions voluntàries: són les sòcies i els socis els qui prenen la decisió de formar-ne part. La cooperativa està oberta a totes les persones que poden aportar-hi el seu treball o usar-ne els serveis o i que estan disposades a acceptar les responsabilitats de ser socis, sense discriminació social, política, religiosa, racial o sexual.

2n. Gestió democràtica per part dels socis

Les cooperatives són organitzacions gestionades democràticament pels seus socis i sòcies, que participen activament en la fixació de les polítiques d'actuació i en la presa de decisions. La participació suposa el dret i el deure de ser escollit per als càrrecs socials de la cooperativa. La distribució de vots no es basa en el capital, sinó que cada soci té un vot.

3r. Participació econòmica dels socis

Per formar part d'una cooperativa cal aportar un capital, que es fixa als estatuts, la llei no fixa cap quantitat mínima. Els socis gestionen el capital de manera democràtica. La distribució dels excedents es fa retribuïnt de manera principal la participació en l'activitat cooperativitzada, el treball en el nostre cas, no la participació en el capital.

4t. Autonomia i independència

Les cooperatives són organitzacions autònomes, gestionades pels seus socis que han de mantenir la llibertat de controlar el seu propi destí.

5è. Educació, formació i informació

Les cooperatives proporcionen educació i formació als socis i sòcies i als treballadors perquè puguin contribuir al desenvolupament de les seves cooperatives d'una manera eficaç. També informen el gran públic (entorn), especialment els joves i els líders d'opinió, de la naturalesa i beneficis de la cooperació.

6è. Cooperació entre cooperatives

Les cooperatives serveixen als seus socis i sòcies d'una manera eficaç i enforteixen el moviment cooperatiu treballant conjuntament mitjançant estructures locals, nacionals, regionals i internacionals.

7è. Interès per la comunitat

Les decisions que pren la cooperativa han de ser responsables amb l'entorn en què està situada i promoure la participació en el desenvolupament de la comunitat.

5. L'economia social

L'economia social és la part de l'economia situada entre el sector públic i el sector privat tradicional capitalista. Es caracteritza per l'objectiu de **servir l'interès dels seus membres i la col·lectivitat**, d'**organitzar-se democràticament** i de **distribuir els seus beneficis d'acord amb criteris que primen les persones i el factor treball abans que el capital**. Les formes empresarials que tradicionalment s'ha considerat que integren l'economia social són les cooperatives en totes les seues formes, les mutualitats, les associacions i les fundacions. A Europa hi existeixen Lleis d'Economia Social, com a Espanya, la primera que va ser aprovada a Europa, a Portugal, Grècia, França i Romania. A Europa l'economia social representa més de 14 milions de persones treballadores segons l'informe de CIRIEC-EESC.

En els darrers anys han sorgit noves denominacions per a aquest sector empresarial protagonitzat per la societat civil i concebut per a servir l'interès general de les comunitats on s'ha desenvolupat, com el tercer sector, l'economia social i solidària i les empreses socials. L'economia feminista té la voluntat d'eradicar les desigualtats de poder per raó de gènere al treball, lluitant per l'equitat de gènere i la corresponsabilitat social. Per això, el punt de vista de l'economia feminista s'inclou a l'economia social i solidària.

COOPERATIVES

MUTUALITATS

ASSOCIACIONS

FUNDACIONS



MÒDUL 5

EXEMPLES DE COOPERATIVES ESCOLARS

1. Cooperatives escolars en primària
2. Cooperatives escolars en secundària

1. Cooperatives escolars en primària

EL DRAC: COOPERATIVA "CREANT SOMRIURES"

Escola EL DRAC és una cooperativa educativa ubicada al Vedat de Torrent (València) i un dels projectes de cooperativa escolar que han desenvolupat es diu "Creant somriures".

Aquesta cooperativa va nèixer per la motivació de l'alumnat de **6é de Primària** que volien fer manualitats i el seu professor va proposar formar una cooperativa per a produir i vendre manualitats dins i fora del centre.

Característiques

- Està formada per 15 xiques i xiquetes.
- Té un caràcter voluntari.
- Es fa en horari extraescolar: patis, hores lliures, a casa...
- La redacció d'estatuts i les reunions de l'Assemblea General es fan amb l'ajuda del professor.
- Tenen un full de càlcul on reflecteixen els ingressos i les despeses.
- Destinen el 100% dels beneficis a una ONG.

Activitats que realitzen

- Formació sobre manualitats.
- Compres de material.
- Producció de les manualitats.
- Cartelleria.
- Venda dels seus productes a l'escola i també fora del centre.



2. Cooperatives escolars en secundària

FLORIDA SECUNDÀRIA: PROJECTES DE MINIEMPRESA

Florida Secundària és un centre concertat d'Educació Secundària i Batxiller ubicat a Catarroja, municipi de l'àrea metropolitana de València que compta amb 18 grups classe. Forma part d'una cooperativa educativa en la que també s'imparteixen cicles formatius i estudis universitaris.

L'objectiu és que l'alumnat adquirisca i desenvolupe coneixements i capacitats emprenedores, al temps que estimule la seua curiositat per l'activitat empresarial.

El projecte s'organitza al voltant de la planificació i realització d'un projecte de miniempresa: la creació d'una cooperativa de compra i venda de productes. D'aquesta manera, se relaciona el món de l'educació amb el món de l'empresa, mitjançant una metodologia pràctica i innovadora que combina el treball individual amb el treball realitzat en equip.

El conjunt d'activitats que poden desenvolupar-se a l'aula com la observació i la exploració de l'entorn, la planificació i organització del treball, la realització de diferents feines, l'assumpció de responsabilitats i la presa de decisions pròpies de l'activitat empresarial, són accions que possibiliten l'adquisició d'aprenentatges significatius, útils per al desenvolupament personal i professional de l'alumnat, que contribueixen a més a més al desenvolupament de l'autonomia i iniciativa personal.

Aquests projectes es desenvolupen dins del programa **"Empresa Joven Europea" (EJE)**, un projecte educatiu que es desenvolupa des del curs escolar 1999-2000 i s'integra dins del Programa de Foment de Cultura Emprenedora, dissenyat per **Valnalón Educa** per al desenvolupament de capacitats emprenedores en diferents etapes del sistema educatiu i està dirigit a alumnat de 3^r i 4^t d'ESO, Batxillerat i Cicles Formatius.

EJE proposa a l'alumnat crear i gestionar la seua pròpia mini-empresa, prenent la forma jurídica de societat cooperativa. Aquesta establirà relacions comercials amb mini-empreses d'altres comunitats autònomes o països amb l'objectiu d'"importar" i "exportar" productes entre si. Els productes importats són comercialitzats al mercat local per a posteriorment analitzar els resultats i repartir els beneficis obtinguts, igual que qualsevol empresa real.



MINIEMPRESA Formada per 24 alumnes de 3er d'ESO. dividits en dos grups de 12 persones.



Els organitzadors del projecte EJE els assignen altra empresa associada amb la qual intercanvien productes:

ESPERTEYU de El Entrego (Astúries)

SEIGAZTE de Elizondo (Navarra)



Activitat:

- Recerca de mercats per a conèixer als seus clients.
- Contacte amb proveïdors de l'entorn. Negociació de preus i condicions.
- Disseny de catàlegs i fullets publicitaris.
- Assistència a mercats: sol·licitud de permisos.
- Fixació de preus i marges comercials: costos.
- Animació de punts de venda.
- Utilització de serveis bancaris: obertura de comptes, transferències, préstecs.
- Elaboració de documents de la compra-venda: comandes, albarans, factures.

Què han après?

- Conceptes de la vida quotidiana que van a servir en un futur.
- Nocions del funcionament del món empresarial.
- A tractar amb persones de l'àmbit comercial: proveïdors, clients, bancs, empreses de transport.
- A planificar els pagaments i cobraments i buscar finançament quan és necessari.
- A solucionar els inconvenients que van eixint.
- A prendre decisions correctes.
- A respectar el treball i les opinions dels altres.
- A organitzar-se i repartir el treball.

MARTÍ SOROLLA: PROJECTE EMPRÈN

El Col·legi Plurilingüe Martí Sorolla és un centre privat concertat que ofereix totes les etapes escolars des d'infantil fins a batxillerat. Es troba en el barri de Malilla de la ciutat de València, pròxim a l'estació de Renfe i a la pista de Silla. Pertany a Grup Sorolla, empresa cooperativa de reconegut prestigi en el sector educatiu. Aquesta empresa és titular de quatre centres d'ensenyament reglat amb més de tres mil alumnes a la Comunitat Valenciana.

La meta del **Projecte Emprèn**, consisteix a realitzar per equips el pla de viabilitat d'una empresa fictícia creada i gestionada per l'alumnat. Aquesta empresa ha de ser innovadora, tecnològica i respectuosa amb el medi ambient i la societat que l'envolta. Encara que aquesta empresa és a priori fictícia, s'estudia per a un entorn totalment real, per tant, totes les seues característiques han d'adaptar-se al context de la societat en la qual vivim.

L'alumnat de batxillerat està molt a prop d'acabar els seus estudis de secundària i prompte començaran la seua etapa universitària o de formació professional superior, i és fonamental que es convertisquen en persones autònomes i responsables, capaces d'assumir decisions i dur a terme un projecte comú. Per tot açò, el primer objectiu és fomentar el treball en equip i la presa de decisions conjunta, sempre en un context real on l'ús de les noves tecnologies és vital per a produir informació i saber gestionar-la amb criteri.

El segon objectiu és aplicar la teoria de l'assignatura Economia de l'Empresa a un cas pràctic concret a través d'un element motivador que a més ajudarà a consolidar els continguts.

Xarrades amb persones expertes

Un altre element motivador és la xarrada amb persones expertes, que acudeixen a l'aula per a explicar les seues experiències professionals en diversos camps de l'empresa. L'opinió d'aquestes persones sempre és enriquidora per a l'alumnat, perquè ajuda a tenir diferents visions de l'àmbit empresarial.

Concursos, premis i reconeixement

Finalment, s'anima a l'alumnat a adaptar el seu projecte per a poder presentar-lo als diferents **concursos d'emprenedors** que organitzen les universitats, cambres de comerç o altres organismes. Poden guanyar premis i un reconeixement per al seu futur professional. D'aquesta forma, es permet que prenguen de nou les seues pròpies decisions i que trien els concursos que creuen convenients per a adaptar el seu treball.

Algunes de les idees empresarials de l'alumnat d'aquest centre han sigut premiades en diferents edicions del concurs empresarial de la Universitat de València:

EMPRESA "MENJA I DORM" Finalista Emprenedors Univ. de València (any 2015)

Un restaurant situat en el centre de la ciutat, on els seus comensals poden aprofitar per a descansar havent dinat. Es dirigeix a treballadors d'oficina que disposen de poc temps per a marxar-se a menjar a casa, però massa per a menjar en un restaurant proper.

EMPRESA "KAOS" 2º premi Emprenedors Univ. de València (any 2016)

Empresa dedicada a la lluita contra l'estrès. Es tracta d'un centre on poden realitzar-se diverses activitats per a reduir el nivell d'estrès, com risoteràpia, llançar pintura, trencar objectes de ceràmica, lluita d'escuma, etc. A més, realitza una labor mediambiental de reciclatge.

SEQÜENCIACIÓ

OCTUBRE (4 SESSIONS)

Formació dels equips. Idees de Negoci. Tipus d'empresa. Valoració de l'entorn.

NOVEMBRE (4 SESSIONS)

Pla de màrqueting:

- Disseny del producte/servei
- Marca, imatge de marca
- Previsió de vendes
- Canal de distribució
- Transport i logística
- Càlcul del preu
- Estratègia de comunicació (missatge, creació, suport..)

DESEMBRE I GENER (5 SESSIONS)

Pla de producció:

- Localització i instal·lacions
- Descripció del procés productiu
- Aprovisionament

Pla de RRHH:

- Establir les necessitats de Recursos Humans en cada departament de l'empresa.
- Definició de llocs de treball per grups.

FEBRER (4 SESSIONS)

Pla econòmic-financer:

- Cronograma i posada en marxa.
- Pressupost de màrqueting.
- Costos de producció.
- Costos de personal.
- Elaboració de balanços inicials i comptes de resultats dels tres primers exercicis.
- Presentació d'un pla de tresoreria amb detall mensual del primer exercici.
- Determinació de la viabilitat econòmic-financera.

MARÇ (4 SESSIONS)

Conclusions del projecte, Presentació de participants i annexos interessants.



MÒDUL 6

COM GESTIONEM LA NOSTRA COOPERATIVA?



1. Pla de màrqueting
2. Pla de producció
3. Pla de recursos humans
4. Pla econòmic-financer

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

1. 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 marqueting**, tindrem que definir totes aquestes activitats, 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 conèixer els nostres productes (publicitat, catàlegs, xarxes socials, etc.).

Els productes o serveis

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

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

Els productes i serveis poden tenir un ritme de vendes variable al llarg del temps. En termes generals es defineixen 4 etapes:

- **INTRODUCCIÓ EN EL MERCAT:** Aquesta etapa ocorre just després del moment en què el producte entra al mercat. Les vendes són baixes perquè encara no hi ha una àmplia acceptació del producte en el mercat. La disponibilitat del producte (per al comprador) és limitada. La competència és baixa.
- **ETAPA DE CREIXEMENT:** Si el mercat accepta el producte, les vendes augmenten ràpidament. La planificació de la distribució física és difícil en aquesta fase de creixement. No obstant això, la disponibilitat del producte s'estén també ràpidament en créixer-se l'interès del comprador

en el producte. Els beneficis augmenten perquè el producte ja és conegut i demandat pel públic objectiu.

- **ETAPA DE MADURESA:** L'anterior fase de creixement pot ser bastant curta, seguida d'un període més llarg anomenat de maduresa. L'increment de les vendes és lent o s'ha estabilitzat en un nivell màxim. En aquest moment, s'aconsegueix la major rendibilitat i es pot perllongar més temps amb diferents tècniques de màrqueting.
- **ETAPA DE DECLIVI:** Arriba un moment en què les vendes decauen (declivi o decadència), en la majoria dels productes per canvis en la tecnologia, la competència, o la pèrdua d'interès per part del client. Amb freqüència els preus baixen i els beneficis es redueixen.

El cicle de vida no és exactament igual per a tots els productes. Mentre que alguns tenen un llançament durant un curt període de temps, la majoria dels productes de consum es manté en l'etapa de maduresa durant anys (per exemple, la llet). El Pla de màrqueting ha de tenir en compte la fase del cicle en què es troben els productes per a poder anar canviant les estratègies a mesura que el producte passa d'una fase a una altra.

El públic objectiu

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

També s'anomena amb els anglicismes **target**, **target group** i **target market**.

En l'actualitat, conèixer aquesta segmentació o aprendre a identificar correctament als nostres potencials clients, és fonamental per a poder dissenyar qualsevol estratègia comercial o de màrqueting.

"Si no et dirigeixes cap a un target o públic objectiu clar, al final serà com si mai hagueres parlat amb ningú".

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.



La marca

Una **marca comercial** (en anglès: **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 tingua 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.

Una forma antiga de marca comercial va ser el marcatge amb ferro d'animals en la ramaderia. Va començar per identificar els animals d'un propietari respecte als altres.

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

Tipus de marques

Una **marca blanca** és aquella pertanyent a una cadena de distribució (generalment, hiper o supermercat) amb la qual es venen productes de diferents fabricants.

El desenvolupament de les marques blanques va començar en 1975. La premissa del seu llançament era: *«Igual de bones que les grans marques i més barates (perquè no hi ha despeses de publicitat)»*. Els primers envasos d'aquests articles eren blancs i bastant asèptics; d'ací, el nom de marca blanca.

Les marques blanques van començar amb productes d'alimentació de compra freqüent: llet, pastes, arròs, llegums, galetes... I van seguir amb altres articles d'ús freqüent com els de neteja i d'higiene corporal.

La marca blanca ha tingut un gran auge en la distribució alimentària en els últims anys, passant en alguns països a superar les vendes de marques del fabricant.

Les **segones marques** les llança una empresa que ja té altres marques en el mercat per a arribar a un nou tipus de client o per a contrarestar a la competència. *Per exemple:* Toyota va llançar Lexus com a segona marca per a entrar en el mercat dels cotxes de luxe. En canvi Renault va crear la marca Dacia per a competir en el mercat de cotxes de baix preu.

També estan els productes **sense marca**. A Espanya encara no coneixem productes amb aquesta característica però pot ser que es comercialitzen en breu, es tracta de productes que no tenen marca. No és més que una estratègia comercial diferent. *Per exemple:* Muji és l'abreujament de Mujirishu Ryohin, que en japonès vol dir "productes de qualitat sense marca". Darrere d'aquest nom està una empresa japonesa que es distingeix de les altres precisament per l'absència de marca. Així els seus productes es venen sense marca ni etiqueta, i amb un empaquetat mínim.



L'envàs i l'embalatge

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.

Canals de distribució i venda

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.
- Vendre on-line a través d'un portal web.
- Contactar directament amb el públic objectiu i fer arribar els productes directament al domicili a través d'algún sistema de transport.

Transport i logística

Segons les característiques dels productes, en ocasions caldrà contactar amb alguna empresa de transport que puga fer arribar els productes directament a les persones consumidores o, al menys, tenir en compte aquesta tasca en l'organització i mitjans materials que necessitem per a poder oferir aquest servei.

Hi ha empreses de transport que ofereixen aquest servei a un preu reduït.

A més, els costos de transport poden afegir-se al preu inicial del producte o utilitzar-se com un recurs promocional.





El preu

El primer pas per a determinar el preu d'un producte o servei es conèixer quins són els costos que tenim per a poder produir-lo. 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 produir. Exemples: matèries primeres, suministres, costos dels envasos i embalatges, transport, etc.

COST TOTAL = COSTOS FIXOS + COSTOS VARIABLES

PREU = COST TOTAL / UNITATS PRODUÏDES

En les fases d'introducció i creixement del producte els preus solen ser més alts, però en la maduresa el preu ha de ser competitiu per a mantenir-se en el mercat.

La producció en massa implica una reducció de costos per unitat. L'explicació és que els costos fixos no varien i es reparteixen entre un major nombre d'unitats produïdes. Aquest fenomen es coneix com a **economia d'escala**.

Publicitat i propaganda

La publicitat ha de ser:

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

Per poder llançar una campanya de publicitat cal definir:

- Els **objectius** de la campanya. Exemples: donar a conèixer 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, events, 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.

El mercat de l'oferta i la demanda

Un mercat està format per:

L'**OFERTA** és el conjunt d'empreses que venen un producte o servei.

La **DEMANDA** és el conjunt de persones o empreses que desitgen o adquireixen un producte o un servei per a satisfer una necessitat o un desig.

- En la majoria de mercats hi ha molts compradors i molts venedors ► **COMPETÈNCIA**
- Hi ha mercats amb un sol venedor i molts compradors ► **MONOPOLI**
- Hi ha mercats amb pocs venedors i molts compradors ► **OLIGOPOLI**

2. Pla de producció

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 necessitem 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.

Infraestructures i Instal·lacions

En aquest punt cal detallar els mitjans amb els quals comptem per a desenvolupar la nostra activitat:

- Locals i altres instal·lacions.
- Necessitats de xicoteta maquinària.
- Amb quantes persones comptem per al procés.

És possible que puguem utilitzar les instal·lacions del centre sense cap tipus de cost, però hauréu de preveure quins espais necessitem i quan els anem a utilitzar i demanar permisos per a fer-ne ús.

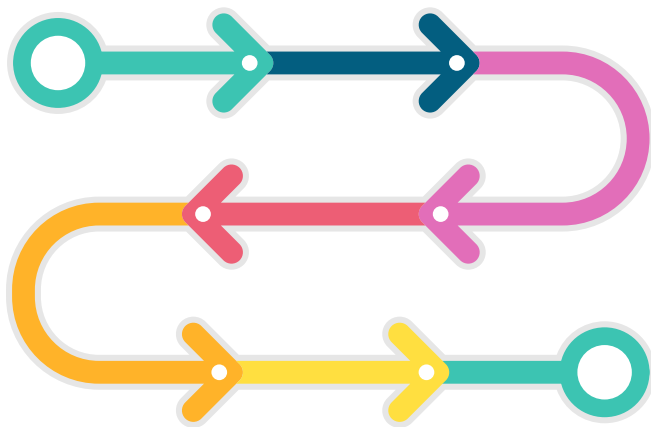
Equipament

A més de les instal·lacions, hem de realitzar un estudi de les necessitats d'equipament mínimes al començament de l'activitat:

- Xicoteta maquinària.
- Elements de transport.
- Mobiliari.
- Eines i utilitatge, etc.

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.



Procés productiu

Cada procés de fabricació de productes o de prestació de serveis ha d'estar planificat i programat, detallant-se:

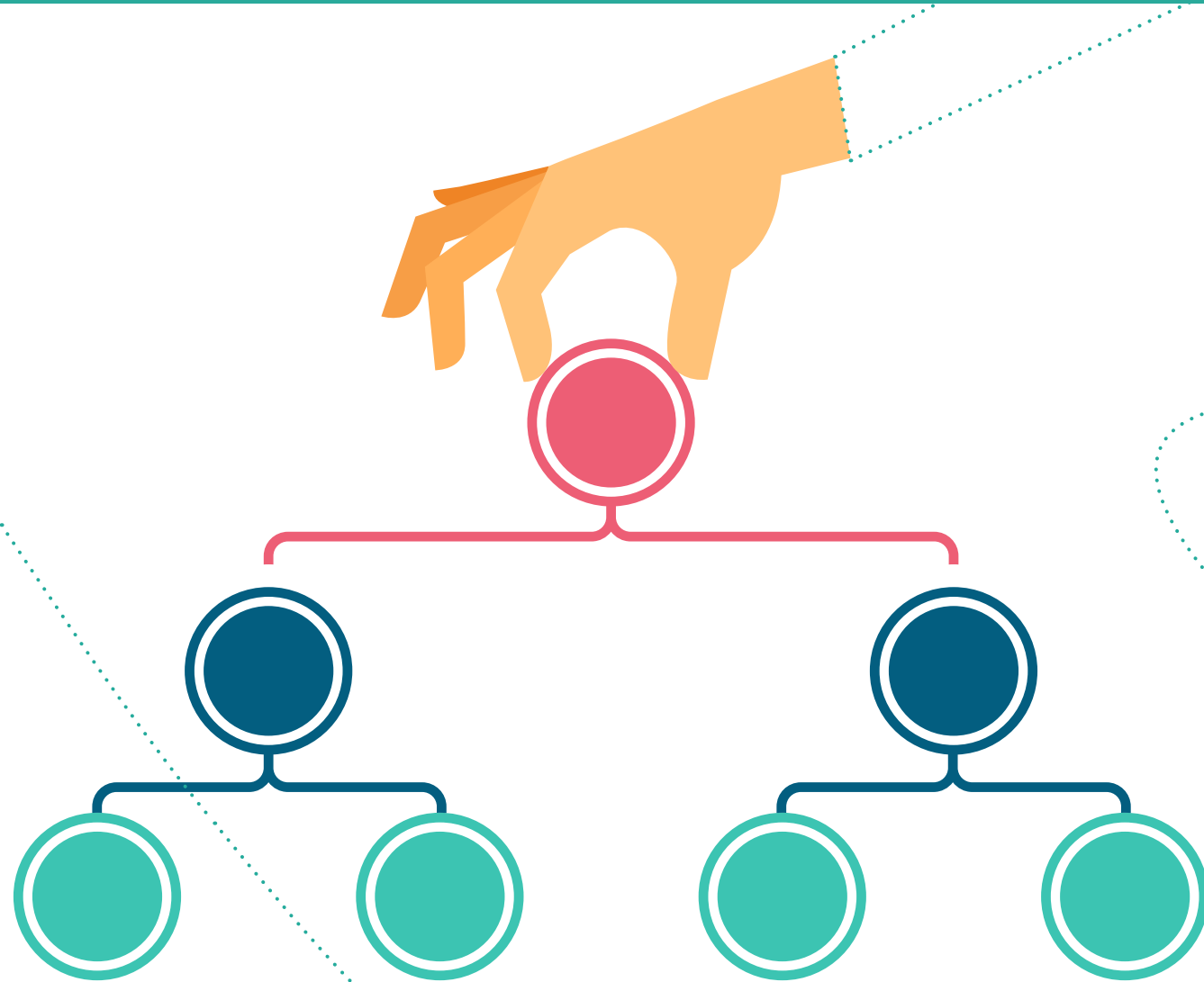
- Els **recursos físics** (matèries primeres, maquinària, eines) i humans que són necessaris,
- La descripció dels diferents **processos o tasques** a realitzar.
- Els **lliuraments** (puntualitat, disponibilitat de la mercaderia i informació sobre l'estat de la comanda)
- El **servei** (atenció al client, bústia de suggeriments, resolució de problemes, informació sobre les prestacions l'oferta de productes o serveis).

S'han d'identificar els processos més crítics per a no generar **colls d'ampolla**.

Aprovisionaments

És necessari saber quines son les necessitats de matèries primeres i altres aprovisionaments per poder proveir el procés productiu. També caldrà buscar proveïdors i negociar els preus i les condicions de pagament.





3. Pla de recursos humans

El Pla de recursos humans té com a objectiu la **selecció, formació, contractació i acomiadament de les diferents categories d'empleats de l'empresa.**

En la nostra cooperativa escolar aquest **Pla de recursos humans** s'encarregarà de:

- Establir les necessitats de personal en totes les activitats definides al Pla de producció.
- Definició dels llocs de treball per grups.

El Pla d'Organització i de Recursos Humans té com a finalitat analitzar, seleccionar, avaluar i controlar els recursos humans en la cooperativa. Per a fer-ho, s'haurà d'elaborar un **organigrama** i definir les funcions, tasques i responsabilitats de cada persona dins de la cooperativa.

Aquest organigrama s'estructurarà per funcions, àrees o departaments (administració, comercial, tècnica, producció, etc.), amb l'objectiu de situar cada lloc de treball. L'organigrama determina, per tant, l'organització funcional de l'empresa: les seves àrees, relacions, jerarquia i dependència.

No totes les activitats que es realitzen en l'empresa tindran la mateixa importància. Cada lloc de treball tindrà activitats bàsiques pròpies i altres complementàries de menor importància. Es prioritzen les activitats amb l'objectiu de determinar la productivitat del lloc de treball.

Recorda que al mòdul 3 vam veure que hi havien diferents tipus d'organigrames:

- Verticals
- Horitzontals
- Circulars
- Col·laboratius

4. Pla econòmic-financer

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 i pressupostos 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.

Viabilitat econòmic-financera

L'estudi de viabilitat ens va a permetre comprovar la validesa del projecte empresarial que intentem desenvolupar o, per contra, posarà en evidència que es requereixen tal quantitat de mitjans per a la seva posada en marxa que tècnicament no siga possible.

Una vegada elaborats els plans de producció, màrqueting i recursos humans podrem analitzar els seus costos i buscar fonts de finançament que ens permeten arrancar l'activitat fins que comence a donar beneficis.



Formes de finançament

Vegem a continuació les diferents formes que tenim per a finançar la creació d'un nou negoci, és a dir, les diferents formes que tenim d'aconseguir diners per a invertir en la creació o engegada d'un negoci:

Capital propi

La forma més comuna per a finançar la creació d'un nou negoci és fent servir capital propi, és a dir, fent ús dels diners que puguem tenir, ja siga obtenint-lo dels nostres estalvis o de qualsevol altra font personal.

Aquest tipus de finançament és el més recomanable perquè així no estem obligats a pagar interessos ni a haver de retornar els diners.

Sempre és recomanable en iniciar un negoci, utilitzar capital propi, almenys en l'etapa de la creació, i ja més endavant, quan el negoci comence a créixer, utilitzar fonts externes de finançament.

No obstant això, quan el nostre capital propi no és suficient, és possible utilitzar altres fonts de finançament.

Familiars i amistats

Si no comptem amb suficient capital propi, una bona alternativa per a finançar la creació d'un negoci 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.

Una alternativa a demanar diners a familiars és la de sol·licitar diners a amics. L'usual en aquest cas és que el temps de termini per a la devolució dels diners siga menor. El desavantatge d'aquesta forma de finançament és que podem deteriorar l'amistat en cas que no puguem retornar els diners prestats en el termini acordat.

Bancs

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 no és atractiva i està recolzada per l'elaboració d'un bon pla de viabilitat.

Altres entitats financeres

Una forma de finançament alternativa als bancs és sol·licitar un crèdit a altres entitats financeres que estiguen orientades a recolzar a la xicoteta i mitjana empresa.

El desavantatge d'aquest tipus de finançament és que, a diferència dels bancs tradicionals, en aquestes entitats financeres la suma prestada és xicoteta i el cost del préstec (taxa d'interès) elevat.

Més persones sòcies

Aquesta forma de finançament implica buscar persones que vullguen compartir el risc de la creació del negoci i invertir juntament amb nosaltres.

El més recomanable és buscar persones amb les mateixes motivacions i aspiracions que nosaltres i que invertisquen el mateix capital que nosaltres, i que, a més dels diners, puguem aportar altres recursos que siguin complementaris i aporten a la cooperativa com, per exemple, experiència en algun aspecte del negoci, coneixement del mercat, coneixements de contactes comercials, etc.

Concursos

Consisteix a participar en concursos sobre projectes de negoci elaborats per organismes governamentals, universitats o altres mitjans, on es premia a la millor idea de negoci, amb el finançament total o parcial del projecte.

Si comptes amb una atractiva i innovadora idea de negoci, investiga sobre l'existència d'aquest tipus de concursos en la teua localitat.

Informació econòmica

És important dur un control dels ingressos i despeses de l'empresa. Per a 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**.

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.

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 l'empresa, 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 al punt anterior.

MATERIAL COMPLEMENTARI

- ANNEX 8: Diapositives dels plans de treball de la cooperativa



ANNEX 1:

Diapositiva per explicar a l'alumnat què és una cooperativa escolar

QUÈ ES UNA COOPERATIVA ESCOLAR?

- Una societat cooperativa escolar és una associació formada per l'alumnat.
- La cooperativa actua dins de l'àmbit del centre escolar.
- Desenvolupen qualsevol tipus d'activitat: mitjà per a aconseguir un fi.
- És un projecte flexible: s'adapta a les necessitats del centre i dels alumnes.
- S'enmarca dins d'una assignatura, varies assignatures o com a projecte extraescolar.
- Compta amb l'assessorament i orientació del professorat.
- És una activitat real on es compren, produeixen, venen productes o serveis.
- La cooperativa escolar no té ànim de lucre.

ANNEX 2:
Diapositiva per explicar a l'alumnat el que haurà de fer

QUÈ HAUREM DE FER?

- Decidir quina activitat es va a realitzar, quins productes es van a elaborar i amb quins materials o quins serveis va a prestar la cooperativa escolar.
- Triar un nom i crear un logotip.
- Definir l'organigrama, que es la representació gràfica de l'estructura organitzativa de la cooperativa.
- Definir els estatuts on s'establiran les normes que s'hauran de seguir.
- Triar en Assemblea les persones que formaran part del Consell Rector (presidència, secretaria, tresoreria) que posteriorment representaran i organitzaran l'activitat de la cooperativa.
- Establir una quota de capital inicial per a poder començar l'activitat.
- Fer recerca d'altres formes de finançament.

ANNEX 3:
9 rols d'equip Belbin

9 ROLS EQUIP BELBIN

1 INVESTIGADORA DE RECURSOS És una persona extrovertida, entusiasta, comunicativa, que veu les oportunitats i desenvolupa contactes. Pot ser massa optimista i pot perdre el interès quan l'entusiasme inicial ha desaparegut. Pot oblidar-se de donar seguiment a les iniciatives.	2 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.	3 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.
4 CERVELL Creativa, imaginativa, lliurepensadora. Genera idees i resol problemes difícils. Pot ignorar els incidents i pot estar massa esbalaixat com per a comunicar eficaçment. Pot ser despistada i abstreta.	5 MONITORA AVALUADORA Seriosa, perspicax i estratègia. 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.	6 ESPECIALISTA Lliurada, independent, amb interessos limitats. Aporta qualitats i coneixements específics. Pot contribuir solament en àrees molt limitades i esplaiair-se en tecnicismes. Pot saturar al grup amb una gran quantitat d'informació.
7 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.	8 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.	9 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.

ANNEX 4:

Diapositiva amb esquema de les tasques a desenvolupar per a muntar la cooperativa

TRIAR L'ACTIVITAT

- Competències socials i cíviques
- Sentit de la iniciativa i esperit emprenedor
- Aprendre a aprendre

- Competència en comunicació lingüística

- Consciència i expressions culturals
- Competència digital
- Aprendre a aprendre

- Competències socials i cíviques
- Sentit de la iniciativa i esperit emprenedor

LA IDEA DE
NEGOCI I EL PLA
D'EMPRESA

| 1

NOM, RAÓ SOCIAL I
NOM COMERCIAL

| 2

LOGOTIP,
MARCA, IMATGE
CORPORATIVA

| 3

ELEMENTS I ESTRUCTURA
DE L'EMPRESA,
ORGANIGRAMA

| 4

ANNEX 5:

Diapositives per explicar a l'alumnat què és una cooperativa escolar

QUÈ INCLOUEN ELS ESTATUTS?

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

QUÈ ACONSEGUIM AMB ELS ESTATUTS I 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.

ANNEX 6: Model d'estatuts

ESTATUTS DE LA COOPERATIVA, COOP. V.

Els socis de la cooperativa es reuneixen el per a elaborar els següents estatuts.

Els estatuts són aprovats per totes les persones sòcies de la cooperativa, qui els hauran de complir.

Article 1. Nom

La cooperativa funcionarà sota el nom de

Article 2. Objecte social

La nostra empresa té la següent activitat:.....

Article 3. Durada

L'empresa es constitueix el dia fins al dia

Article 4. Domicili/adreça

El domicili social queda establert en

Article 5. El capital

El capital inicial es fixa en

Article 6. Els comptes

Els informes de comptes es presentaran cada

Article 7. Recuperació de l'aportació

Una vegada finalitzada la venda, tots els socis i sòcies podran RECUPERAR LA SEUA APORTACIÓ

Article 8. Utilització dels beneficis

Amb els beneficis obtinguts DONAREM un % a una ONG.

Com ens repartirem els beneficis.

Article 9. Altres disposicions.

- Presa de decisions.
- Òrgans de representació. Assemblea, Consell Rector.
- Drets, deures i penalitzacions dels socis.

ANNEX 7:

Diapositiva principis cooperatius

PRINCIPIIS COOPERATIUS

1r. Adhesió voluntària

Les cooperatives són organitzacions voluntàries: són les sòcies i els socis els qui prenen la decisió de formar-ne part. La cooperativa està oberta a totes les persones que poden aportar-hi el seu treball o usar-ne els serveis o i que estan disposades a acceptar les responsabilitats de ser socis, sense discriminació social, política, religiosa, racial o sexual.

2n. Gestió democràtica per part dels socis

Les cooperatives són organitzacions gestionades democràticament pels seus socis i sòcies, que participen activament en la fixació de les polítiques d'actuació i en la presa de decisions. La participació suposa el dret i el deure de ser escollit per als càrrecs socials de la cooperativa. La distribució de vots no es basa en el capital, sinó que cada soci té un vot.

3r. Participació econòmica dels socis

Per formar part d'una cooperativa cal aportar un capital, que es fixa als estatuts, la llei no fixa cap quantitat mínima. Els socis gestionen el capital de manera democràtica. La distribució dels excedents es fa retribuïnt de manera principal la participació en l'activitat cooperativitzada, el treball en el nostres cas, no la participació en el capital.

4t. Autonomia i independència

Les cooperatives són organitzacions autònomes, gestionades pels seus socis que han de mantenir la llibertat de controlar el seu propi destí.

5è. Educació, formació i informació

Les cooperatives proporcionen educació i formació als socis i sòcies i als treballadors perquè puguin contribuir al desenvolupament de les seves cooperatives d'una manera eficaç. També informen el gran públic (entorn), especialment els joves i els líders d'opinió, de la naturalesa i beneficis de la cooperació.

6è. Cooperació entre cooperatives

Les cooperatives serveixen als seus socis i sòcies d'una manera eficaç i enforteixen el moviment cooperatiu treballant conjuntament mitjançant estructures locals, nacionals, regionals i internacionals.

7è. Interès per la comunitat

Les decisions que pren la cooperativa han de ser responsables amb l'entorn en què està situada i promoure la participació en el desenvolupament de la comunitat.

ANNEX 8:

Diapositives dels plans de treball de la cooperativa

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 marqueting, tindrem que definir totes aquestes activitats, com son:

- 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 conèixer els nostres productes (publicitat, catàlegs, xarxes socials, etc.).

PLA DE PRODUCCIÓ

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 tindrem que definir:

- La localització i instal·lacions on anem a fabricar els productes o a desenvolupar els serveis.
- Definició de l'equipament que necessitem 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.

PLA DE RECURSOS HUMANS

El Pla de recursos humans té com a objectiu la selecció, formació, contractació i acomiadament de les diferents categories d'empleats de l'empresa.

A la nostra cooperativa escolar aquest Pla de recursos humans s'encarregarà de:

- Establir les necessitats de personal en totes les activitats definides al Pla de producció.
- Definició dels llocs de treball per grups.

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.

Les tasques a desenvolupar en aquest pla són:

- Analitzar els costos i pressupostos 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.



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE TRABAJO, MIGRACIONES
Y SEGURIDAD SOCIAL



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"