



Em Jrellisca

PROJECTE D'EMPRENEDORIA SOCIAL

**TREBALL FINAL DEL GRAU
D'EDUCACIÓ SOCIAL**

Estudiants: Rosa Manyoses Roca i Andrea Rodríguez García

Assignatura: Treball final de Grau

Grau: Educació Social

Tutora: Carolina Cañellas Bastús

Itinerari d'especialització: Salut i promoció de l'autonomia

Any acadèmic: 2019-2020

Data de dipòsit: 21 de maig del 2020

Universitat: Ramon Llull

Facultat d'Educació Social i Treball Social Pere Tarrés

Castellà:

Título del proyecto: Em Rellisca

Resumen del trabajo: El proyecto Em Rellisca consiste en el diseño de una cooperativa de trabajo asociado, que tiene como objetivo mejorar la incorporación sociolaboral de las personas con salud mental mediante el diseño artístico de productos aislantes del agua. Mediante esta actividad productiva también se pretende luchar contra el estigma que hay sobre la salud mental, dando visibilidad a las tareas realizadas por los trabajadores y, promoviendo que cada producto vendido sea una herramienta para evitar la exclusión social y la creación de prejuicios.

Palabras clave: Emprendimiento Social / Salud Mental / Empoderamiento / Estigma / Inclusión.

Català:

Títol del treball: Em Rellisca

Resum del treball: El projecte Em Rellisca consisteix en el disseny d'una cooperativa de treball associat, que té com a objectiu millorar la incorporació sociolaboral de les persones amb salut mental mitjançant el disseny artístic de productes aïllants de l'aigua. Mitjançant aquesta activitat productiva també es pretén lluitar contra l'estigma que hi ha sobre la salut mental, donant visibilitat a les tasques realitzades pels treballadors i, promovent que cada producte venut sigui una eina per evitar l'exclusió social i la creació de prejudicis.

Paraules clau: Emprenedoria Social / Salut Mental / Empoderament / Estigma / Inclusió.

Anglès:

Project title: Em Rellisca

Summary of the work: Em Rellisca's goal is to create an associated work cooperative, the aim of which is to improve the social and labor incorporation of individuals with mental health related disabilities through the artistic design and production of water and sun isolating apparatus. This productive activity pretends to contribute to the fight against the stigma around mental health, giving visibility to the task carried out by the workers. Each product sold wants to be a tool to avoid social exclusion and prejudice against mental health.

Key words: Social Entrepreneurship / Mental Health / Empowerment / Stigma / Inclusion.

SUMARI

	Pàgina
1. INTRODUCCIÓ I JUSTIFICACIÓ.....	4
2. OBJECTIUS I LÍNIES D'ACTUACIÓ.....	7
3. METODOLOGIA.....	9
4. MARC TEÒRIC.....	14
4.1. Marc conceptual.....	14
4.1.1. Cooperativisme.....	14
4.1.2. Responsabilitat Social Corporativa (RSC).....	17
4.1.3. Empreses d'inserció (EI).....	19
- Beneficis de la Incorporació Sociolaboral en Salut Mental....	20
4.1.4. Estigma.....	21
4.1.5. Estereotips.....	22
4.1.6. Consciència social.....	23
4.1.7. Artteràpia.....	24
4.2. Experiències d'èxit.....	26
4.2.1. La Fageda.....	26
4.2.2. Fundació Adecco.....	27
4.2.3. Suara.....	28
4.2.4. Taller Estela de Barcelona.....	29
4.2.5. Fundació ONCE.....	29
5. MARC JURÍDIC.....	30
6. EMPRENEDORES.....	42
7. ANÀLISI DE L'ENTORN I DEL PRODUCTE.....	44
7.1. Anàlisi del públic objectiu.....	44
7.2. Anàlisi del producte.....	45
7.3. Anàlisi del mercat i característiques del sector.....	46
7.4. Anàlisi de la competència.....	52
7.4.1. Estratègia de diferenciació i posicionament.....	56
7.5. DAFO.....	56
8. PLA DE MÀRQUETING.....	58
8.1. Polítiques de comercialització.....	58
8.2. Polítiques de distribució logística.....	63
8.3. Polítiques de producte, producció.....	67
8.4. Polítiques de comunicació i publicitat.....	67

9. PLA DE PRODUCCIÓ	70
9.1. Procés de producció.....	70
9.2. Recursos necessaris.....	72
9.3. Proveïdors.....	73
9.3.1. Matèries primeres.....	73
9.3.2. Subministraments elèctrics, aigua i internet.....	73
9.3.3. Mobiliari.....	74
9.4. Gestió de la qualitat.....	74
10. PLA D'ORGANITZACIÓ	76
10.1. Pla d'acollida.....	77
10.2. Organigrama.....	79
10.2.1. Funcions i responsabilitats de cada departament.....	80
10.3. Descripcions del Lloc de Treball (DLT)	81
11. PLA JURÍDIC-FISCAL.....	83
11.1. Tràmits administratius.....	83
11.2. Impostos.....	87
11.3. Ajudes i subvencions públiques.....	88
12. PLA ECONÒMIC FINANCER	89
12.1. Pla d'inversions inicials.....	89
12.2. Pla de finançament.....	89
12.3. Previsió de tresoreria.....	90
12.4. Compte de resultats.....	91
12.5. Balanç de situació provisional.....	93
12.6. Punt d'equilibri.....	94
13. PLA AVALUATIU.....	95
13.1. Avaluació del disseny del projecte.....	96
13.2. Avaluació de la implementació.....	98
13.3. Avaluació dels resultats.....	100
13.4. Avaluació final d'impacte.....	102
14. BIBLIOGRAFIA.....	104

1. INTRODUCCIÓ I JUSTIFICACIÓ

Aquest Treball Final de Grau descriu la creació d'una cooperativa de treball associat anomenada "Em rellisca", que té com a objectiu millorar la incorporació sociolaboral de les persones amb salut mental mitjançant el disseny artístic de productes per a la pluja.

La idea sorgeix de les pràctiques curriculars del grau d'Educació Social, per part de les dues persones emprenedores i creadores d'aquest projecte.

En els recursos es percep la millora en els processos de salut mental en els quals s'utilitza l'art com a eina terapèutica *(vegeu aprofundiment en el punt 4, el marc teòric)*.

Presentem una empresa amb Responsabilitat Social Empresarial (RSE), que mitjançant l'art com a procés terapèutic pugui millorar la incorporació laboral de les persones amb salut mental *(vegeu aprofundiment sobre aquest concepte en punt 4, el marc teòric)*.

La **missió** de l'empresa és millorar la qualitat de vida de les persones i promoure la integració sociolaboral de persones amb salut mental, fent servir una estructura empresarial que treballa per crear valor en l'organització i en la resta de la societat.

Per tant, no es tracta tan sols de crear una empresa i vendre aquest producte sinó que volem donar-li un sentit, i pensem que el procés que pot fer cada persona aportant el seu granet de sorra pot ser molt profitós per a un desenvolupament positiu del seu benestar mental.

La **visió** és un projecte social i empresarial amb una estructura participativa, cohesionada i sòlida. Es vol que la comunicació sigui fluida entre els membres que componen l'empresa i que els membres que hi treballen tinguin un elevat sentit de pertinença.

Desitja ser una empresa reconeguda per l'impacte de les seves actuacions en el benestar i desenvolupament de les persones amb salut mental, així com per la seva professionalitat en la manera d'actuar.

Volem convertir-nos en una empresa referent per la societat en l'àmbit de la incorporació sociolaboral de persones amb salut mental.

Quant als **valors** d'Em Rellisca podem destacar els següents;

- **Adaptabilitat**, volem donar cabuda a totes les persones, per tant, com que també hi ha persones amb salut mental que no els agrada l'art, o simplement que no volen dedicar-hi un temps doncs en l'empresa també es pot fer altra feina. Per exemple, empaquetar els productes, gestionar la pàgina web, atendre trucades telefòniques, repartir els productes, anar a comprar material per a la realització de les tasques, realitzar la neteja, fer tràmits burocràtics, entre altres tasques que no requereixen cap contacte directe amb l'expressió artística.
- **Responsabilitat de col·laborar amb l'erradicació de l'estigma que hi ha sobre la salut mental**, d'on en deriva el nom del projecte. El gran estigma que hi ha imposat sobre la salut mental és la invalidesa i l'agressivitat i, tenir diversos trastorns de salut mental no vol dir ser una persona incapaç de fer coses i de treballar i aquest és un dels missatges més importants que volem donar amb aquest projecte.
- **La persona com a eix transversal**, la finalitat del nostre projecte és acompanyar i millorar la qualitat de vida de les persones.
- **La responsabilitat**, ja que tenim la voluntat de donar resposta al compliment d'una tasca, tant a nivell de la persona fins del projecte com del projecte dins la societat.
- **Esforç** com l'única manera de seguir endavant per aconseguir els objectius.
- **La qualitat del producte i del servei d'atenció al client**: Em Rellisca desitja que els consumidors comprin els productes per la qualitat que aquests presenten i això requereix aplicar certs criteris de qualitat. A banda, es vol destacar per l'atenció que s'ofereix al client, caracteritzada per l'empatia, l'amabilitat i el respecte.

- **Cooperació**, capacitat de treballar en equip per poder crear un bon ambient de treball i com a conseqüència realitzar millor les tasques laborals.
- **L'exclusivitat en els productes** és una de les característiques principals d'aquesta empresa, ja que ofereix uns productes únics i això té un gran valor per als consumidors, ja que en aquest moment la majoria de persones el que desitgen és tenir coses exclusives per poder marcar la diferència.

2. OBJECTIUS I LÍNIES D'ACTUACIÓ

A continuació enumerarem quins són els objectius general i específics del nostre projecte i els explicarem breument.

El nostre objectiu principal és crear un espai on les persones amb salut mental puguin desenvolupar la seva vida professional una vegada han fet un procés terapèutic.

A banda de ser un recurs d'incorporació sociolaboral també volem que amb els productes que es realitzin es disminueixi l'estigma que es té cap a les persones que formen part d'aquest col·lectiu.

També pensem que és necessari que a part de poder fer un disseny d'un producte el procés pugui ser beneficiós per la persona, com l'artteràpia i les relacions interpersonals amb la resta de l'equip.

Objectiu general

- Incorporació sociolaboral de persones amb salut mental mitjançant el disseny de productes aïllants de l'aigua.

Objectius específics

- Utilitzar l'art per a donar sentit d'utilitat personal.
- Sensibilitzar a la societat sobre les malalties mentals.
- Cercar l'autorealització de les persones amb salut mental.
- Potenciar l'augment de la xarxa social.
- Adquirir habilitats socials i hàbits laborals responsables amb el medi ambient.
- Sentir capacitat per a realitzar un objecte que afavoreix el benestar en la societat.
- Realitzar productes sostenibles per a reduir un impacte nociu per al medi ambient.

Línies d'actuació

- Potenciar el logotip de l'empresa per afavorir l'erradicació de l'estigma present en la nostra societat.
- Estreta col·laboració amb els serveis de salut mental del territori per poder formar part del procés terapèutic.
- Proporcionar suport social i individual a les persones en procés d'inserció sociolaboral.
- Facilitar la creació d'una xarxa social als treballadors mitjançant la creació d'un producte de valor.
- Realitzar publicitat per a empreses interessades en els principis i valors de l'empresa per poder obtenir més beneficis.

3. METODOLOGIA

En aquest apartat definirem la metodologia que hem utilitzat per a la realització del disseny de l'empresa.

Abans de començar en la redacció del projecte de l'empresa el que vàrem fer va ser utilitzar com a metodologia de treball el Business Model Canvas¹ que ens ha permès indicar tots els aspectes que hem de considerar en el pla de l'empresa, i a la vegada ens ha fet comprendre el model de negoci plantejant-lo com una visió integrada que veu a l'empresa com un tot. La utilització d'aquesta metodologia ens ha servit per poder fer més visual el procés de pensar en el negoci i a partir d'aquí poder aprofundir en el desenvolupament.

Quant a la metodologia que hem utilitzat per a realitzar el disseny de l'empresa Em rellisca, ens hem basat amb un treball col·laboratiu, en el qual les dues persones creadores hem col·laborat en totes les tasques que s'han desenvolupat.

En primer lloc vàrem fer una llista de totes les tasques que havíem de dur a terme per poder tenir en compte tots els aspectes del projecte, basant-nos en el guió de treball d'emprenedoria social.

A partir de la realització d'aquesta llista vàrem fer una temporalització de les tasques per poder organitzar-nos i, a partir d'aquí, poder anar desenvolupant tots els apartats i subapartats. Per nosaltres és molt important tenir definida la temporalització des de l'inici del treball, ja que ens serveix per situar-nos en el temps i per no perdre el fil del projecte, cada setmana hi havia planificada una tasca, com a mínim.

Hem utilitzat una metodologia basada en reunions entre l'equip cada setmana, amb una duració d'aproximadament dues hores, per poder posar-nos d'acord en

¹ És una plantilla de gestió estratègica per al desenvolupament de nous models de negoci o documentar els ja existents. És un gràfic visual amb elements que descriuen propostes de producte o de valor de l'empresa, la infraestructura, els clients i les finances.

el desenvolupament dels diversos apartats i prendre les decisions conjuntes. Hem d'assenyalar que en aquestes reunions sempre s'acordava que s'havia de portar material preparat relacionat amb la tasca que tocava aquella setmana per poder arribar a conclusions conjuntes i optimitzar d'aquesta manera el temps.

A part de fer reunions les dues cada setmana també hem de dir que hem creat diversos fitxers compartits en la xarxa per poder redactar els aspectes que anem treballant juntes en les reunions i d'aquesta manera, poder configurar un espai de treball en el qual podem posar les idees, aportacions i materials que creiem oportuns. En aquest espai també redactem les conclusions a les quals arribem en les reunions i els temes que es tracten.

Per tant, la creació d'aquests fitxers ens ha permès poder plasmar tot allò que parlem en les reunions de forma escrita i a la vegada redactar el treball formalment tenint en compte en tot moment les aportacions de l'altra persona.

A banda, també es va fer un seguiment amb un membre de l'equip educatiu de la universitat mitjançant tutories per poder aclarir els dubtes que sorgien a mesura que anàvem avançant en el projecte, veure els aspectes des d'una altra perspectiva i també ens ha servit per poder supervisar el que hem anat desenvolupant. Hem anat realitzant entregues durant tot el procés que han sigut revisades per la tutora i ens han ajudat a poder seguir avançant.

També destacar que hem realitzat una entrevista amb un professor associat a la facultat, per tal de poder aprofundir i plantejar dubtes sobre el marc legal, i la forma jurídica de l'empresa.

Com hem dit, hem fet tot el treball conjuntament, sense parts individuals, ja que pensem que les dues veiem més que una i per aquest motiu s'ha realitzat de manera conjunta. A banda, les dues tenim una manera de treballar molt compatible i pensem que conjuntament podem obtenir un millor resultat que fent el treball en parts individuals.

L'estructura del treball ha estat donada per part de la universitat, però nosaltres hem afegit d'altres coses que pensem que són importants per al nostre projecte,

sempre basant-nos en aspectes relacionats amb la salut mental, la promoció de l'autonomia, la incorporació sociolaboral, la sostenibilitat i la creació de consciència en la societat.

A continuació afegirem un cronograma de les sessions de treball i les reunions que s'han realitzat en la realització de l'empresa Em rellisca.

SOCIS CLAU

- Inversors
- Proveïdors de productes
- Empreses del tercer sector.

**ACTIVITATS CLAU**

- Producció de productes per a la pluja amb plastic reciclat
- Màrqueting
- Distribució del producte

**RECURSOS CLAU**

- Taller de fabricació
- Pintures i productes per dissenyar
- Camioneta per repartir
- Treballadors amb salut mental i 2 educadores
- Campanya de màrqueting i publicitat
- Botiga/ botigues

**PROPOSTA DE VALOR**

- Producte innovador.
- Lluita contra l'estigma present en la nostra societat sobre la salut mental.
- Cada producte és únic..
- Col·laboració a la inserció sociolaboral de persones amb salut mental
- Creació de consciència mitjançant el logotip i els valors de l'empresa.
- Formació i estabilitat per al personal de l'empresa.

**RELACIÓ AMB CLIENTS**

- Atenció individualitzada al client.
- Servei pre i postventa i, call-center per atendre els problemes que sorgeixin.

**CANALS**

- Punts de venda
- Taller on el client pot veure com es fabrica el producte.
- Distribució amb camioneta fins on el client desitgi.
- Punt de venda online (WEB)

**SEGMENT DE CLIENT**

Els nostres productes van dirigits a totes les persones. Hi haurà productes de totes les talles i de tots els models per tal que tothom que estigui interessat els pugui obtenir. Persones disposades a contribuir en la compra de "productes socials!"

**ESTRUCTURA DE COSTOS**

- Costos variables, depèn de la demanda de producte que es faci a l'empresa.
- Engloba els recursos clau, socis clau i activitats clau. Hem de tenir en compte els impostos

**VÍES DE INGRÉS**

- Les compres que fan els nostres clients en les botigues físiques i online (Tarjeta, efectiu, transferència bancària, tarjeta en línia)
- Inversions tant de les empreses que estiguin interessades en comprar o en finançar els nostres productes com les inversions de fons privades.



CRONOGRAMA EM RELISCA

[illegible]

4. MARC TEÒRIC

4.1. Marc conceptual

4.1.1. Cooperativisme

La cooperativa pot definir-se com una entitat que es basa en l'autonomia de la voluntat dels seus components per a satisfer les seves necessitats de caire econòmic, cultural i social, mitjançant l'esforç propi i l'ajuda mútua. És una societat de i entre persones (Torrente i Riqué, 1994).

Per tant, serem un conjunt de persones que mitjançant el disseny de paraigües vendrem els nostres productes a tercer.

Tenint en compte el que ens aporta Emili Torrente i Riqué en el llibre *Empreses amb participació dels treballadors*, destaquem el següent per tal de descriure el marc teòric de l'empresa Em Rellisca;

1. La cooperativa de treball associat és una societat on el capital només ha estat aportat pels mateixos socis treballadors, en el cas de l'empresa que presentem per l'Andrea i la Rosa. Això vol dir que a conseqüència del principi de lliure adhesió i baixa voluntària es pot produir una entrada i sortida de socis que comportarà aportacions i devolucions de les parts de capital.
2. A les cooperatives de treball associat cada soci té un vot, amb independència de la participació en el capital.
3. A les cooperatives de treball associat les aportacions al capital social poden ser retribuïdes amb un interès fix i limitat, fix perquè serà pactat tant si hi ha més o menys beneficis, i limitat perquè la llei estableix l'interès màxim aplicable.

4. La distribució de beneficis anomenats excedents reverteixen als socis treballadors en proporció de la seva dedicació en l'empresa per la vida del "retorn cooperatiu".
5. Els beneficis obtinguts es destinen a un fons de reserva obligatori i a un fons d'educació i promoció, i no poden ser repartits en cas de dissolució de l'entitat. (Torrente i Riqué, 1994, p. 14).

Com a precursors del cooperativisme, a Anglaterra, es pot citar a Robert Owen (171-1858) i a William King (1786-1865).

Owen considera el treball com a base del valor econòmic i entenia que la interrelació entre aquest i els mecanismes de consum era la millor fórmula per a la consecució d'una economia que respongués a les necessitats populars.

King afirmava que per promoure el cooperativisme era necessari unificar esforços al nivell de consum i aconseguir això, passar al nivell de producció. Considerava que els treballadors només podien comptar amb les seves forces i per això creia que un dels motors del cooperativisme era i és la formació i l'auto-educació dels seus membres. (Torrente i Riqué, 1994, p. 17)

Pensem que és de gran importància per al marc teòric del nostre treball poder fer referència als principis que guien el moviment cooperatiu i que han proclamat l'Aliança Cooperativa Internacional, ja que són els que hem tingut en compte per dur a terme la creació d'Em Rellisca. Aquests principis són els següents;

- Principi de lliure adhesió i baixa voluntària

La cooperativa permet l'entrada en el seu si de totes aquelles persones que reuneixin tots els requisits objectius que estableixen els estatuts socials, podent-se limitar l'adhesió per fets objectius raonables conforme al seu objecte social, sense que es puguin admetre discriminacions socials, polítiques o religioses.

- Principi d'organització democràtica

La cooperativa és una associació de persones amb igualtat de drets i deures. Cada soci ostenta un vot i cadascun d'ells és elector i pot ser elegible. L'Assemblea General de socis és la que adopta per majoria de vots les decisions

fonamentals de l'entitat, i el Consell Rector, escollit del sí de l'Assemblea General, és l'encarregat de dur la gestió de l'empresa.

- Principi de remuneració limitada del capital

La remuneració limitada de capital la va proposar Robert Owen, principi aquest que es pot resumir en una frase: “en l'empresa cooperativa es treballa amb el capital, no pas pel capital”.

- Principi de distribució d'excedents

Els excedents pertanyen als socis i han de distribuir-se de tal manera que s'eviti que un soci obtingui guanys a costa dels altres. Per això la distribució pot fer-se per decisió dels socis de les següents maneres;

- Destinant-los a l'expansió de la cooperativa
- Destinant-los a serveis comuns
- Distribuïnt-los entre els socis en proporció al treball o activitat realitzada a la societat.

En el cas de l'empresa presentada es tractaria d'una expansió de la cooperativa i una distribució entre els socis segons la proporció de treball realitzada en l'empresa.

- Principi d'educació

Finalitat de formació dels socis de les cooperatives per tal de poder fer front als reptes que es plantegen per tal d'enfortir la cooperativa.

En aquest punt nosaltres també afegiríem la formació de tots els treballadors, ja que pensem que és més important la formació dels treballadors en el procés productiu que la dels socis, tot depenent del context i la situació de l'empresa.

- Principi d'integració

Promulga la necessitat de les cooperatives de col·laborar amb altres cooperatives, tant a nivell local, nacional com internacionals. Aquesta col·laboració acostuma a ser a nivell comercial en forma de concert per a intercanviar serveis, matèries primeres, productes, mercaderies, etc. (Torrente i Riqué, 1994, p. 20-22)

4.1.2. Responsabilitat Social Corporativa (RSC)

Paral·lelament, a la introducció hem definit l'empresa Em Rellisca com una empresa amb Responsabilitat Social Corporativa (RSC), i a continuació descriurem de què es tracta aquest concepte.

Quant a RSC ens referim com es fa la gestió de l'empresa, sobretot la gestió ètica i sostenible, però també aquells compromisos que pren l'empresa voluntàriament per gestionar el seu impacte en l'àmbit laboral, social, ambiental i econòmic, i es tracta de fer que l'empresa pugui aconseguir els seus objectius produint alhora beneficis per al conjunt de la societat. És un compromís voluntari que pren l'empresa amb la societat.

Per això podem dir que la RSC és una acció que l'empresa fa per millorar la qualitat de vida del personal que treballa a l'empresa, i de la societat en general.

Fins ara ens hem referit al fet què és la RSC, a continuació farem referència també a la RSE, la diferència entre les dues és que la RSC es refereix a totes les organitzacions, independentment de la seva mida o activitat, i la RSE s'aplica exclusivament a la Responsabilitat Social de l'activitat empresarial, exclouent la responsabilitat social d'altres organitzacions com les agències governamentals.

Com que tractem una empresa, definirem les característiques de les empreses amb RSE. Segons Mans Unides, les característiques que ha de tenir una empresa amb Responsabilitat Social Empresarial són les següents;

- Va més enllà del compliment de les lleis i la normativa vigent aplicable, ja que aquestes són obligacions que ha de complir qualsevol empresa o organització pel fet de desenvolupar la seva activitat i, per tant, són el punt de partida sobre el qual ha de desenvolupar-se la responsabilitat social.
- És una pràctica voluntària i conscient d'adopció de patrons o exigències en matèria de gestió de les organitzacions socialment compromeses.
- La responsabilitat social empresarial no consisteix ni a cenyir-se a la legalitat ni a ser filantrop.

- Es basa en el desenvolupament sostenible, com la conjunció dels aspectes econòmic, social i ambiental, relegant objectius de maximització de beneficis a curt termini per uns altres que fan compatible a llarg termini el creixement econòmic amb la protecció del medi ambient i les iniciatives socials.
- Es caracteritza també per la seva transversalitat, entesa com una nova cultura que impregna tota l'empresa o organització i està present en totes les àrees de gestió així com en tots els països en els quals opera.
- Basa el seu èxit en la transparència i la participació de les parts interessades en tota la cadena de valor així com en els diversos àmbits d'actuació de l'empresa.
- Pot aplicar-se a qualsevol mena d'empresa o organització.

Anant a l'inici d'aquest concepte, l'any 2014, la Confederació de Cooperatives de Catalunya va impulsar un projecte pioner a nivell internacional per identificar a les cooperatives com a empreses referents en RSC. Però no va ser fins l'any 2007 que es va crear una metodologia d'implantació i rendició de comptes adaptada a les organitzacions de l'economia social i cooperativa que va ser referent a nivell internacional.

Aquesta metodologia s'anomena RSE.COOP i, permet a les organitzacions de l'economia social implantar l'RSC d'una manera integral en la gestió, interna i externa, de l'empresa.

Els objectius de l'eina RSE.COOP són els següents:

- Fomentar els valors de la responsabilitat social en les empreses de l'economia social, oferint un marc referencial i una metodologia d'implantació adaptada a les seves característiques.
- Reforçar els valors cooperatius i convertir aquest model en paradigma d'empresa responsable.
- Millorar la competitivitat en els mercats de les empreses socials.
- Contribuir, des de les empreses d'economia social i cooperativa, al desenvolupament sostenible.

La metodologia RSE.COOP (Responsabilitat Social de les Empreses en l'economia cooperativa) es basa en trenta compromisos que les empreses han de subscriure en l'àmbit econòmic, social i ambiental. Aquests compromisos es concreten en un seguit d'indicadors qualitius i quantitatius per mesurar els nivells obtinguts per l'empresa en cada compromís. Finalment, la metodologia estableix uns criteris de valoració del nivell de compromís en funció del tipus d'organització. Paral·lelament, s'han definit les fases que configuren la implantació de l'RSE.COOP per facilitar a les empreses tot el procés que ha de seguir per a esdevenir responsables socialment.

Aquestes fases són la diagnosi, el pla de millora i la validació. Aquestes fases, per bé que tenen un punt de partida inicial a través de la diagnosi i un punt d'arribada final amb la validació, requereixen, alhora, un procés de retroalimentació en què la validació final representarà sempre el punt de partida per a l'elaboració d'una nova diagnosi, d'un nou pla de millora i, consegüentment, d'una nova validació d'aquests. Cada procés culmina amb l'obtenció d'una memòria de sostenibilitat.

La utilització de RSE.COOP és un procés de millora continua en què es garanteix que la diagnosi, punt de partida pel disseny de les millores a aplicar, identifiqui la situació real de l'empresa per tal de poder definir plans de millora avaluable al final d'un període de temps (normalment un any).

4.1.3. Empreses d'Inserció (EI)

Les Empreses d'Inserció (EI) són totes aquelles empreses que tenen com a finalitat la integració social i laboral de persones en situació o greu risc d'exclusió social.

Empreses d'Inserció (EI). (s.f.) afirma: "Les empreses d'inserció han de:

- Ser promogudes i participades per una o diverses entitats promotores, que han de ser entitats o corporacions de dret públic o entitats sense ànim de lucre l'objecte social de les quals inclogui la inserció social de persones especialment desfavorides.

- Proporcionar a les persones treballadores en procés d'inserció processos personalitzats i assistits de treball remunerat, formació en el lloc de treball, habituació social i laboral i, si escau, serveis d'intervenció o mesures d'acompanyament social que permetin llur posterior incorporació al mercat de treball ordinari.
- Mantenir, en còmput anual, un mínim d'un 30% i un màxim d'un 70% de persones treballadores en procés d'inserció respecte al total de la plantilla.
- Aplicar, almenys, el 80% dels resultats o els excedents disponibles obtinguts en cada exercici econòmic a la millora o l'ampliació de les estructures productives i d'inserció.”

A continuació definirem de manera teòrica alguns conceptes que han anat sortint durant el desenvolupament del treball i, que ens sembla rellevant aprofundir més en ells des d'una perspectiva teòrica.

- Beneficis de la Incorporació sociolaboral en Salut Mental

Segons un recent estudi dirigit per l'OMS, els trastorns per depressió i per ansietat costen a l'economia mundial US\$ 1 bilió anual en pèrdua de productivitat. D'altra banda, és ben conegut que la desocupació és un factor de risc de problemes mentals, mentre que l'obtenció d'una ocupació o la reincorporació al treball exerceixen efectes protectors.

Segons la Fundación Inclúyeme, la incorporació laboral de les persones amb Salut Mental ajuda a aquestes persones a formar una imatge positiva i útil d'ells mateixos, fent-los sentir reconeguts socialment i que formen part d'un grup social. A més, augmenta la qualitat de les interaccions socials i poden independitzar-se econòmicament.

Per a les persones amb salut mental, el treball també significa un mode de realització personal, ja que consideren que tenir un treball és necessari i important per a la seva vida. A banda, també és una manera d'ocupar el temps realitzant activitats per les quals s'han de formar.

La incorporació sociolaboral de persones amb salut mental també té beneficis com;

- La millora de la cura de la imatge exterior, hàbits d'higiene i adquisició de la rutina diària → el fet d'haver de mantenir-se presentables en el lloc de treball fa que augmenti la seva autoestima i la percepció de l'autoimatge.
- Avenços en l'autonomia personal, estabilitat econòmica, autonomia i pla de futur → realitzar activitats laborals i rebre una remuneració econòmica fa que puguin ser persones més independents.
- Satisfacció personal i responsabilitat, augmenta l'autoestima i l'autoconcepte → Se senten bé amb si mateixos i creix l'hàbit de la responsabilitat.
- Habilitats socials i relacions socials → El fet de treballar comporta haver de complir un horari laboral, desplaçar-se fins al lloc, avisar en cas de malaltia, etcètera.

L'Organització Mundial de la Salut (OMS) indica que només el 40% de la població amb discapacitat compten amb ocupació. L'informe Mundial sobre Discapacitat de l'OMS i el Banc Mundial assenyalen que les persones amb discapacitat intel·lectual presenten menor estat de salut, major taxa de desocupació i que presenten majors desavantatges entre el grup de persones amb una altra mena de discapacitat.

4.1.4. Estigma

Tal com diu Goffman (1963) l'estigma és una marca, un senyal, un atribut profundament depreciador que porta a la persona que el rep a passar de ser una persona normal a convertir-se amb algú etiquetat o marcat.

Crocker i cols (1998) plantegen que els individus estigmatitzats posseeixen un cert atribut que expressa una identitat social devaluada en un context social particular.

Els autors consideren tres elements per a aquesta definició: en primer lloc l'important és que la persona senti que posseeix aquest atribut. En segon lloc, només aquelles característiques que condueixin a sentir-se identificats negativament respecte a la resta de la societat poden ser considerades

estigmatitzadores. I finalment, tant els atributs com les pertinences socials devaluades són socialment construïts i culturalment relatius, és a dir, varien en funció de cada cultura o societat.

En resum, per a Crocker i cols. (1998), «el problema de l'estigma no resideix en l'atribut estigmatitzador ni en la persona que el posseeix, sinó en la desafortunada circumstància de posseir un atribut que, en un context social dau, condueix a la devaluació».

Link i Phelan (2001) incideixen més sobre la diferència entre «posseir» un atribut i que aquest sigui «aplicat» per qui estigmatitza. Afirmen: «L'estigma existeix quan els elements d'etiquetatge pèrdua d'estatus i discriminació, ocorren conjuntament en una situació de poder que ho permet».

Generalment l'estigma es desenvolupa a un grup minoritari, un conjunt de persones que tenen una característica que no és compartida per la major part de la població.

Defineix tres tipus d'estigma:

- Estigma per abominacions del cos
- Estigma pels defectes de caràcter
- Estigmes tribals, de raça, religió o nació.

En el cas de les persones amb salut mental es tracta d'un estigma o bé per abominacions del cos, ja que algunes persones amb salut mental, segons la patologia, tenen uns trets físics que els caracteritzen. O també es crea un estigma per defectes de caràcter, com són les persones afectades per l'esquizofrènia, o per un Trastorn de la Personalitat.

4.1.5. Estereotips

Els estereotips són el conjunt de creences mantingues per un individu en relació a un grup social.

Segons González (1999), els estereotips són les creences populars sobre els atributs que caracteritzen a un grup social i sobre les quals hi ha un acord social bàsic.

La funció dels estereotips és la de socialització de l'individu, perquè faciliten la identitat social, la consciència de pertànyer a un grup social, ja que, acceptar-se i identificar-se amb els estereotips dominants d'un grup és una manera de romandre integrat en ell.

Segons Del Rio (2011), les característiques dels estereotips són les següents;

- No són innats, sinó adquirits, apresos en la interacció social.
- Poden extingir-se amb el temps.
- Són producte d'una situació social i solen romandre mentre res provoqui o estimuli el canvi.
- Els més freqüents són els referits a gènere, raça, ètnia i nació.
- Priva al subjecte del seu caràcter individual i li homogeneïtza amb el grup.
- Les opinions derivades dels estereotips es concreten en conductes reals que responen als estereotips.
- Els estereotips no necessàriament són negatius.
- Els estereotips negatius són resultat de situacions de conflicte que creguin barreres de comunicació.

4.1.6. Consciència social

La consciència social és l'activitat mental a través de la qual una persona pot prendre consciència sobre l'estat dels altres individus o inclús d'ella mateixa dins d'una comunitat o grup.

La consciència no deixa de ser una capacitat de raonar que ens permet relacionar-nos amb nosaltres mateixos i amb el nostre entorn.

Per al marxisme, la consciència social és consciència "de classe". Al seu torn capacitat per a reconèixer-se un a si mateix com a membre d'una classe social en posició antagònica amb la resta de les classes: reialesa, noblesa, mitjana i burgesia. Aquest concepte es predica en el context d'una societat estratificada. El marxisme sosté que la consciència social es concreta i manifesta en la

ideologia política, en la religió, en l'art, en la filosofia i en la ciència. Però sobretot en l'estructura jurídica d'una societat. Segons aquesta formulació, el subjecte que no aconsegueix comprendre això es troba alienat.

El fet de tenir una consciència sobre el món que ens envolta ens permet relacionar-nos amb les altres persones que tenim al nostre voltant, a vegades aquesta consciència no és del tot positiva, ja que com podem veure, hi ha persones que estigmatitzen a aquelles que tenen un problema de salut mental. Per això és necessari definir també el terme **sensibilització**, un procés de comunicació, actiu i creatiu que promou la transformació, un canvi d'actitud i comportament en la societat. A través de la sensibilització es pretén poder tenir una presa de consciència respecte a una determinada problemàtica, en aquest cas sobre la Salut Mental.

4.1.7. Artteràpia

Quan ens referim en el treball a aquest concepte volem dir que, l'Artteràpia és un tipus de teràpia artística que consisteix en la utilització de l'art com a via terapèutica per a sanar trastorns psicològics, tractar pors, bloquejos personals, traumes del passat i altres trastorns.

Segons l'Associació Americana d'Art Teràpia (2006), l'Art Teràpia és una professió de salut mental que utilitza el procés creatiu de "fer art" per a millorar el benestar físic, mental i emocional de les persones de totes les edats. Es basa en la creença que el procés creatiu involucrat en l'expressió artística, ajuda a resoldre conflictes i problemes, desenvolupa habilitats interpersonals, a manejar el comportament, a reduir l'estrès, a enfortir l'autoestima, millorar la timidesa i aconseguir el coneixement d'un mateix.

Per a l'Associació Xilena d'Art Teràpia, l'Art Teràpia (2006) és una especialització professional que utilitza l'expressió plàstica com a mitjà de comunicació, per a explorar i elaborar el món intern dels pacients en el procés psicoterapèutic, amb finalitats educatius i de desenvolupament personal.

Segons Laing (1974), “Cada producció artística original que realitza el pacient representa, en cert grau, un aspecte d'aquesta persona. Ningú més pot crear el mateix resultat sobre un paper o una tela... La teràpia artística ofereix una àrea en la qual el pacient pot proclamar la seva identitat i una atmosfera en la qual pot ser el mateix... l'art brinda un mitjà que suposa, al mateix temps, una comunicació amb els altres i una confrontació amb un mateix”.

A continuació adjuntem un estudi realitzat per l'OMS que exposa la millora en els processos de salut mental en els quals s'utilitza l'art com a eina terapèutica.

L'estudi es titula “What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review”, i va ser publicat l'any 2019. En aquest s'exposa que en les últimes dues dècades s'han produït grans avenços en la investigació sobre els efectes de l'art en la salut i el benestar. Els resultats de més de 3.000 estudis van fer possible identificar que l'art tenia un paper molt important en la promoció de la salut i en el tractament de les malalties al llarg de la vida.

Un altre estudi que aprofundeix de manera teòrica sobre aquest concepte és un estudi realitzat per la Universitat Central de Venezuela, l'any 2012, titulat “Los efectos de un programa de arteterapia sobre la sintomatología clínica de pacientes con esquizofrenia”. En els resultats exposats en aquest estudi s'exposa que l'artteràpia és una eina a través de la qual es pot desenvolupar associacions i identificacions sense generar amenaces al pacient i alhora contribueix al sentit de realitat, així com al manteniment i la vinculació amb el món extern.

I per últim, un altre estudi titulat “Arteterapia o intervención terapéutica desde el arte en rehabilitación psicosocial” exposa estudis d'efectivitat de treballar amb aquesta eina per als processos terapèutics. En aquest estudi es diu que la teràpia a través de l'art és efectiva en la reducció de símptomes negatius en l'esquizofrènia, tant en pacients ambulatoris com hospitalitzats, donant èmfasi en què fins ara és l'única intervenció que ha demostrat efectivitat en aquesta àrea simptomàtica. En aquest estudi també es destaca que els efectes terapèutics de l'artteràpia poden inscriure's dins d'un abordatge integral de les persones amb

trastorns mentals greus. A nivell de tractament, es podria considerar com una teràpia de suport o de sustentació, amb efectes sobre l'autoestima, la maduració de l'ego i les habilitats adaptatives del pacient.

4.2. Experiències d'èxit

4.2.1. La Fageda

La Fageda és una cooperativa la qual creu en la inclusió i en la reinserció sociolaboral de les persones amb discapacitat. Compta amb una plantilla de 120 treballadors i treballadores, els quals el 70% són persones que pateixen algun tipus de discapacitat física o algun trastorn mental sever.

Un altre dels seus objectius és la normalització envers la societat, trencar amb els estereotips i fer capaces a les persones de poder realitzar una feina sense cap dificultat. La finalitat de la cooperativa és que el consumidor compri el producte per la seva qualitat i no per “pena”, augmentant la validesa i la capacitat de les persones a l'hora de treballar.

La Fageda es va crear fa 37 anys, el 1982, a la comarca de la Garrotxa, Girona. La iniciativa va néixer de forma conjunta d'un grup de professionals del món de la psiquiatria de l'Hospital Psiquiàtric de Girona, els quals creien en el treball com a “element rehabilitador” per al tractament de les malalties mentals i de la discapacitat.

La cooperativa té també com a objectiu millorar la qualitat de vida de les persones que treballen a La Fageda, ofereix activitats assistencials, un servei de teràpia ocupacional, pisos assistits i activitats d'oci. Aquestes activitats d'oci estan guiades per monitors i monitores. El paper de l'educador i l'educadora social dins de la cooperativa és de suport a l'hora de desenvolupar la seva feina (si així es creu convenient), de treballar aptituds necessàries pel bon desenvolupament de la feina en cas que fos necessari i quan la persona s'ha de jubilar, mostrar aquest suport durant aquest procés de canvi.

La Fageda és una cooperativa amb responsabilitat social, ja que està adherida al Codi de Gestió Sostenible de l'Empresa de la Garrotxa i el Collsacabra.

Quant a l'empresa Em Rellisca volem crear un tipus de negoci que segueixi la metodologia de l'empresa anteriorment explicada. Pensem que així beneficiarem a les persones que formin part de l'equip de personal d'una manera terapèutica i a la vegada, també afavorir la incorporació laboral d'aquestes persones amb tot el que això comporta. Com per exemple l'aprenentatge de la gestió dels recursos econòmics que es guanyen cada mes, la responsabilitat, el treball en equip, la consciència de malaltia, entre d'altres.

Un dels objectius que té La Fageda és el que fonamenta el nostre projecte que es tracta de normalitzar la salut mental en la societat en la qual nosaltres vivim. Per això és necessari trencar els estereotips presents, i nosaltres plantegem fer-ho des del nom, i el logotip de l'empresa i de tots els seus productes. Creiem necessari el fet de normalitzar la salut mental per a les persones que tenen salut mental, ja que això pensem que els permetria viure amb més tranquil·litat, i sentir-se compresos els facilitaria la convivència i el benestar propi. Amb l'apropament a la salut mental des de les pràctiques del grau ens n'hem adonat que si la societat trenca els estereotips i es normalitzen els trastorns mentals com una malaltia més, els processos terapèutics serien molt més fàcils, ja que ens trobem que la persona se sent molt jutjada per a la resta de la societat i això en moltes ocasions bloqueja mentalment a les persones per fer canvis, o per a realitzar el procés terapèutic.

Un altre model d'empresa que hem pres com a referència a l'hora de fer el nostre projecte d'emprenedoria social és la fundació Adecco la qual té com a missió la visió de la diversitat i la inclusió en l'empresa.

4.2.2. Fundació Adecco

Tal com esmena la Fundació Adecco (2019) a la seva web, la diversitat és un valor empresarial estratègic que respon a diferents talents necessaris per al funcionament òptim de l'empresa, accepta, respecta i aprofita les diferents perspectives en els models col·laboratius de treball, reconeix defensa la identitat, singularitat i dignitat de totes les persones que componen els seus Grups

d'interès i adquireix un valor social quan recolza l'empoderament i la inclusió de persones socialment vulnerables.

La Fundació Adecco té polítiques i plans estratègics que donen suport i fomenten la inclusió de la diversitat dins de l'empresa. Exerceix i desenvolupa programes d'inclusió sociolaboral i diverses campanyes i iniciatives de sensibilització i conscienciació.

Nosaltres agafem com a referència aquesta empresa pel fet de les iniciatives i plans estratègics interiors que té l'empresa. Amb el nostre projecte volem que la diversitat sigui l'eix principal que ens uneix a tots com a projecte. Volem que les nostres iniciatives i els nostres plans estratègics vagin destinats a la diversitat.

4.2.3. L'empresa Suara

Com a referència d'empresa cooperativa per al nostre projecte, tenim a Suara. Moré i Mateu (2001) afirma: "L'empresa Suara és el resultat de la capacitat estratègica d'una empresa cooperativa, capaç de visualitzar el seu futur gràcies al potencial de les seves persones sòcies." (p.13).

Un dels objectius principal d'aquesta empresa és ser una cooperativa de persones amb participació activa i que estiguin socialment compromeses. A l'hora de plantejar el nostre projecte, ens centrem en aquest objectiu que planteja Suara, ja que també és un objectiu que ens agradaria compartir i poder dur a terme. Com hem esmentat amb anterioritat, volem sensibilitzar a la societat i donar visibilitat a la salut mental.

Roset, D. i Farell, N. (2009) afirmen: "Suara disposa d'un model basat en la gestió per processos i que segueix els principis dels models de responsabilitat social, té un sistema de qualitat implantat, una estratègia definida, ha desenvolupat unes eines de control per mesurar el compliment dels objectius i les noves tecnologies estaran en el centre de les activitats. Alhora, treballa en una orientació clara cap als clients i s'avança al futur amb noves idees i projectes pioners."

La responsabilitat social, un sistema de qualitat ben implantat, una estratègia ben definida i el llarg etcètera que s'ha esmentat anteriorment amb la cita del llibre, són objectius que nosaltres ens hem plantejat i fixat com a projecte a l'hora de voler implantar-ho. La responsabilitat social va ser l'eix de la creació del projecte Em Rellisca, ja que a l'hora de plantejar-ho, vam tenir clar que volíem una cooperativa amb responsabilitat social, volem també tenir un sistema de qualitat ben implantat per tal que l'organització de la cooperativa tingui uns bons resultats. Una estratègia definida per tal de tenir uns objectius ben definits i poder arribar a uns resultats òptims. També creiem un punt clau en l'execució i procés del projecte el fet d'avançar-se al futur amb noves idees i projectes pioners, ja que trobem que avui en dia tenim molta facilitat per poder accedir a allò que vulguem còmodament i ja està tot inventat. El fet de presentar un projecte innovador amb noves idees i resultats diferents que cridin l'atenció del consumidor, és un fet clau per al bon funcionament del projecte.

4.2.4. Taller Estela de Barcelona

Una altra cooperativa que ens ha servit com a inspiració i de referència per a crear Em Rellisca és el Taller Estela de Barcelona que és un centre, constituït com una cooperativa l'any 1974, és una entitat sense ànim de lucre. Podem dir que és un servei de Serveis Socials per a nois i noies amb discapacitat psíquica, facilitant serveis de teràpia ocupacional i promovent la seva integració social.

4.2.5. Fundació ONCE

I també la Fundació ONCE la qual té un gran abast en el territori espanyol i ha tingut un paper molt significatiu en la creació i suport a les iniciatives empresarials del col·lectiu de discapacitat emmarcades dins del sector cooperatiu. Els hem tingut de referència, ja que des dels seus orígens, han treballat pels seus membres i persones relacionades amb la discapacitat, principalment. La fundació ONCE té com a objectiu contribuir a la integració social de persones amb discapacitat, i com podem veure anteriorment l'empresa Em Rellisca també té aquest com a objectiu general, però enfocat a la salut mental.

5. MARC JURÍDIC

Per poder dur a terme el marc jurídic d'aquest Treball Final de Grau s'han utilitzat els articles de la Llei 12/2015, del 9 de Juliol, de cooperatives del BOE (Boletín Oficial del Estado), Legislación Consolidada.

S'han utilitzat concretament els de la Comunitat Autònoma de Catalunya ja que és el context geogràfic en el qual està situada l'empresa.

«DOGC» núm. 6914, de 16 de julio de 2015 «BOE» núm. 194, de 14 de agosto de 2015 Referencia: BOE-A-2015-9140.

Els articles utilitzats per emmarcar legalment l'empresa són tots els que apareixen en el document, tot i que a continuació exposem alguns d'ells. Són els més importants per l'empresa, ja que emmarquen les normes que s'han de seguir des del punt de la seva creació fins a la seva dissolució, passant pels òrgans que formen les cooperatives i els requisits per constituir-la;

Article 11. Constitució i personalitat jurídica.

1. La cooperativa es constitueix mitjançant escriptura pública, que ha de contenir l'acta de l'assemblea constituent i els estatuts socials, i ha d'inscriure's en el Registre de Cooperatives d'acord amb el que s'estableix per la present llei.

2. La societat cooperativa adquireix personalitat jurídica una vegada inscrita en el Registre de Cooperatives.

Article 12. Cooperatives de primer grau i de segon grau.

1. Les cooperatives de primer grau han d'estar integrades per un mínim de dos socis que duguin a terme l'activitat cooperativitzada, excepte les cooperatives de consumidors i usuaris, que han d'estar integrades per un mínim de deu persones físiques sòcies.

2. En el termini de cinc anys a comptar des de la data de la seva constitució, les cooperatives inicialment constituïdes amb dos socis han d'incorporar a un tercer

soci d'algun dels tipus de socis dels quals disposa l'article 23 excepte el soci temporal. A partir del cinquè any, aquestes cooperatives han de notificar i acreditar davant el Registre General de Cooperatives, en la forma que es determini per reglament, que han incorporat aquest tercer soci; si incompleixen aquest requisit, la cooperativa ha de dissoldre's.

3. Les cooperatives de segon grau han d'estar integrades per un mínim de dues persones jurídiques, una de les quals, almenys, ha de ser una cooperativa en actiu.

En el cas d'Em Rellisca, la cooperativa estarà formada per l'Andrea i la Rosa, i quan arribi el cinquè any que la cooperativa estigui formada s'introduirà una tercera persona per tal de no incomplir la llei.

Article 13. Constitució de la societat.

1. Els socis fundadors, que actuen en nom de la futura societat cooperativa, han de dur a terme totes les activitats necessàries per a la seva inscripció i han de respondre solidàriament dels actes duts a terme i dels contractes formalitzats en nom de la cooperativa abans de realitzar la seva inscripció en el Registre de Cooperatives de Catalunya, excepte en el cas d'haver condicionat la seva eficàcia a la inscripció i, en el seu cas, a la posterior assumpció per la societat dels actes i contractes. Les despeses produïdes per aquestes actuacions són a càrrec de la societat.

2. La societat cooperativa en formació ha de respondre amb el patrimoni integrat per les aportacions efectuades pels socis al capital social pels actes i contractes de caràcter indispensable per a la seva inscripció, pels realitzats pel consell rector compresos en les facultats conferides per l'escriptura de constitució i, si escau, d'esmena, i pels realitzats per mandat específic de representació per la totalitat dels seus socis. Aquests últims responen personalment fins al límit de la quantitat que s'haguessin obligat a aportar.

3. Una vegada inscrita la societat cooperativa, s'entén que assumeix els actes i contractes prèviament formalitzats, i, en tots dos supòsits, cessa la

responsabilitat solidària de les persones a les quals es refereixen els apartats 1 i 2, sempre que, en el termini de tres mesos des de la seva inscripció, no s'hagi convocat l'assemblea o, si escau, no s'hagi sol·licitat una convocatòria general extraordinària, de conformitat amb l'article 45, per a desaprovar la gestió efectuada.

4. Mentre no es produeixi la seva inscripció en el Registre de Cooperatives, la societat cooperativa projectada ha d'afegir a la denominació provisional les paraules en constitució.

Article 14. Societat cooperativa irregular.

1. Transcorreguts sis mesos des de l'atorgament de l'escriptura sense haver sol·licitat la inscripció de la societat en el Registre de Cooperatives, o bé abans d'aquest termini, si s'ha verificat la voluntat de no inscriure-la, tot soci pot instar la dissolució de la societat en constitució i exigir, prèvia liquidació del patrimoni social, la restitució de les aportacions que hagi efectuat.

2. Si la societat cooperativa ha iniciat o continua realitzant l'activitat del seu objecte social sense haver sol·licitat la seva inscripció en el Registre de Cooperatives, una vegada transcorreguts els sis mesos a què es refereix l'apartat 1, o bé si s'ha verificat la voluntat de no inscriure la societat, els socis passen a tenir, automàticament, responsabilitat il·limitada i solidària.

Article 15. Assemblea constituent.

1. L'assemblea constituent de la cooperativa ha d'aprovar els seus estatuts socials, designar a les persones que han d'efectuar els actes necessaris per a inscriure la societat projectada i nomenar a les persones que, una vegada inscrita la cooperativa, han d'integrar el consell rector, la intervenció de comptes, si escau, i els altres òrgans socials estatutàriament obligatoris.

2. En l'acta de constitució de la cooperativa, que ha d'estar signada pels seus fundadors, ha de fer-se constar la relació dels noms i de les seves dades d'identificació fiscal.

Article 16. Contingut mínim dels estatuts socials.

1. Els estatuts que han de regir el funcionament de la cooperativa han de fer constar, com a mínim, els següents elements:

- a) La denominació de la societat.
- b) El domicili social.
- c) L'objecte social.
- d) L'àmbit territorial de l'activitat cooperativa principal.
- e) Els diversos tipus de socis; els requisits d'admissió i baixa; els supòsits de baixa justificada; els drets i obligacions dels socis, indicant el compromís o la participació mínima que s'espera d'ells en les activitats de la cooperativa, i la relació, en el seu cas, entre els vots socials i l'activitat cooperativitzada per a l'atribució del vot plural ponderat.
- f) Les normes de disciplina social i la tipificació de les faltes i les sancions, tenint en compte el que estableix l'article 36.
- g) El capital social mínim de la cooperativa i la determinació de l'aportació obligatòria mínima inicial dels diversos tipus de socis, establint si les aportacions al capital social poden donar interès.
- h) La regulació del dret de reemborsament de les aportacions dels socis al capital social i el règim de transmissió d'aquestes.
- i) En el cas de les cooperatives de primer grau que no són de treball associat i de les cooperatives de segon grau, quan reconeixen com a socis de treball als treballadors que ho sol·licitin, els mòduls d'equivalència per a assegurar la seva participació equilibrada i equitativa en les obligacions i drets socials, tant polítics com econòmics.
- j) Els criteris d'aplicació dels resultats, amb la determinació dels percentatges dels excedents que han de destinar-se als fons socials obligatoris.

- k) La forma i el termini per a convocar l'assemblea general, així com el règim d'adopció dels acords.
- l) L'estructura, el règim d'actuació, el nomenament i la remoció dels òrgans socials d'administració que tinguin caràcter obligatori i dels òrgans facultatius previstos.

2. Els estatuts socials poden ser desenvolupats per reglaments de règim intern aprovats per l'assemblea.

Article 17. El Registre de Cooperatives.

1. El Registre de Cooperatives es compon dels següents registres:
 - a. El Registre General de Cooperatives de Catalunya.
 - b. El Registre de Cooperatives de Crèdit de Catalunya.
2. El Registre General de Cooperatives de Catalunya té per objecte la qualificació, inscripció, resolució i certificació de totes les societats cooperatives incloses en l'àmbit d'aplicació de la present llei i dels actes inscriptibles relatius a aquestes, amb l'única excepció de les societats cooperatives de crèdit, definides en la secció cinquena del capítol VIII. El Registre General de Cooperatives de Catalunya queda adscrit al departament competent en matèria de cooperatives.
3. El Registre de Cooperatives de Crèdit de Catalunya té per objecte la qualificació, inscripció, resolució i certificació de cooperatives de crèdit definides en la secció cinquena del capítol VIII de la present llei i dels actes inscriptibles relatius a aquestes. El Registre de Cooperatives de Crèdit de Catalunya queda adscrit al departament competent per a exercir les funcions de tutela de les entitats financeres i de crèdit.
4. El Registre General de Cooperatives ha de notificar al departament competent en matèria d'economia i finances les inscripcions de societats cooperatives amb secció de crèdit.

Article 18. Actes d'inscripció obligatòria.

1. Són d'inscripció obligatòria i han de constar en les fulles obertes a cada societat els següents actes:

- a) La constitució de la societat, que ha de ser la primera inscripció que figura en aquestes.
- b) El canvi de domicili.
- c) La modificació dels estatuts socials, inclòs el canvi de classe de cooperativa.
- d) El nomenament, el cessament i les delegacions dels membres del consell rector i de la intervenció de comptes o altres òrgans socials regulats per estatuts, la direcció general, la direcció de les seccions de crèdit i, si escau, els auditors de comptes. Han de fer-se constar tant els membres titulars com els membres suplents.
- e) La creació i la baixa de les seccions de crèdit a les quals es refereix l'article 6.5.
- f) Els poders generals i les delegacions de facultats, així com les seves modificacions, la seva revocació i la seva substitució. No és obligatòria, en canvi, la inscripció dels poders generals per a plets o per a la realització d'actes concrets.
- g) L'acord de dissolució de la cooperativa i de nomenament dels seus liquidadors.
- h) La fusió, pròpia o per absorció, i l'escissió.
- i) La transformació de la cooperativa en qualsevol altra entitat.
- j) La liquidació de la societat.
- k) El concurs, les mesures administratives i judicials d'intervenció, i les resolucions judicials o administratives, si és preceptiu realitzar la seva inscripció.
- l) El dipòsit dels comptes anuals, per anotació marginal.
- m) La creació, la supressió, la modificació i el trasllat del lloc web corporatiu.

2. Els acords de la lletra k han de ser comunicats al Registre General de Cooperatives per l'òrgan judicial o administratiu que els va adoptar.

Article 19. Principis del Registre de Cooperatives.

1. El Registre de Cooperatives es regeix pels principis d'obligatorietat de la inscripció, de titulació pública, de legalitat, de presumpció d'exactitud i de validesa del contingut dels llibres del registre, de publicitat formal i material, de fe pública, de prioritat i de tracte successiu.

2. El Registre de Cooperatives ha de garantir els principis d'accessibilitat i transparència mitjançant el funcionament, l'organització i els recursos adequats.

3. Les dades identificatives de caràcter personal de les persones que ocupen algun càrrec que ha de ser inscrit en el Registre de Cooperatives de Catalunya poden ser objecte de publicitat registral.

Article 20. Inscripció. Procediments ordinari i expressos.

1. La constitució d'una cooperativa ha d'inscriure's en el Registre de Cooperatives perquè adquireixi personalitat jurídica, d'acord amb l'article 11. El Registre de Cooperatives, en els terminis establerts per la normativa reguladora del procediment administratiu, ha d'emetre una resolució, després d'haver realitzat la qualificació jurídica dels documents preceptius per a la constitució de la cooperativa.

2. La constitució de les cooperatives agràries, de les de consumidors i usuaris, de les de serveis i de les de treball associat en què el nombre de socis no sigui superior a deu poden inscriure's pel procediment exprés. En aquest cas:

- a) L'escriptura pública ha de contenir els estatuts socials aprovats per ordre del conseller del departament competent en matèria de cooperatives.

- b) L'escriptura pública ha de fer constar expressament que la cooperativa opta pel procediment exprés d'inscripció.
- c) El Registre de Cooperatives, en el termini dels dos dies hàbils següents al dia enquè entrin en el registre competent els documents preceptius per a la constitució de la cooperativa, ha d'emetre resolució, després d'haver realitzat la qualificació jurídica dels documents.
- d) De no haver-hi resolució expressa del Registre de Cooperatives en els terminis a què es refereix la lletra c, la sol·licitud s'entén desestimada per silenci administratiu.

Article 21. Efectes de la inscripció.

1. La inscripció dels actes de constitució, modificació dels estatuts socials, fusió, escissió, transformació i dissolució, i la sol·licitud de cancel·lació de seients de les societats cooperatives és constitutiva.
2. Com a resultat de la qualificació de la cooperativa, cal procedir a efectuar, suspendre o denegar el seient sol·licitat, en funció de si els títols són o no correctes o de si presenten errors esmenables o no esmenables.
3. La inscripció en el Registre de Cooperatives no convalida ni els actes ni els contractes nuls d'acord amb la Llei.

Article 42. Òrgans socials.

1. Tota societat cooperativa ha de tenir els següents òrgans socials:
 - a) L'assemblea general, formada per tots els socis.
 - b) El consell rector.
2. Els estatuts socials poden preveure l'existència d'altres òrgans socials i determinar les seves funcions, sense que, en cap cas, se'ls puguin atribuir les competències que la present llei atribueix amb caràcter exclusiu a l'assemblea general, al consell rector i, en el seu cas, al comitè de recursos.

Article 130. Objecte.

1. Són cooperatives de treball associat les que associen, com a mínim, a dues persones físiques que, mitjançant el seu treball, es proposen produir béns o prestar serveis per a terceres persones.

2. S'entén per activitat cooperativitzada en les cooperatives de treball associat el treball que presten en elles els socis treballadors i els treballadors amb contracte de treball, sempre que es respectin els límits legals de contractació que regula l'article 131.

Article 131. Límits a la contractació.

El nombre d'hores a l'any realitzades pels treballadors amb contracte de treball no pot superar el 30% del total d'hores a l'any realitzades pels socis treballadors. En el càlcul d'aquest percentatge no ha de tenir-se en compte a:

- a) Els treballadors integrats en la cooperativa per subrogació legal i els que s'incorporin a activitats sotmeses a aquesta subrogació.
- b) Els treballadors que substitueixin a socis treballadors que estiguin en situació d'excedència o d'incapacitat laboral temporal, o gaudint de permís per maternitat o paternitat, adopció o acolliment, exercint un càrrec públic o complint un deure públic de caràcter inexcusable.
- c) Els treballadors que treballin en centres de treball subordinat o accessori.
- d) Els treballadors amb contractes de treball en pràctiques, per a la formació i aprenentatge o per obra o servei determinats.
- e) Els treballadors amb contractes de treball conforme a una disposició de foment de l'ús de persones amb discapacitats físiques o psíquiques.
- f) Els treballadors amb contractes de treball que rebutgin expressament la proposta de la cooperativa per a adquirir la condició de socis. En tot cas, el nombre de treballadors en actiu

que hagin renunciat expressament a ser socis no pot ser superior al nombre de socis actius existents en aquest moment.

Article 132. Règim de treball.

1. Els criteris bàsics del règim de la prestació del treball han de ser determinats o bé en els estatuts o bé en un reglament de règim intern aprovat per la majoria de dos terços de vots de les persones assistents a l'assemblea general.

2. Poden regular-se, com a matèria de règim de treball, l'organització del treball, les jornades, el descans setmanal, les festes laborals, les vacances, els permisos, la classificació professional, els criteris retributius –especialment les bestretes laborals, la mobilitat funcional i geogràfica, les excedències o qualsevol altra causa de suspensió o extinció de la relació de treball cooperatiu i, en general, qualsevol altra matèria vinculada directament amb els drets i obligacions derivats de la prestació de treball pels socis treballadors.

3. Mancant regulació cooperativa, ha d'aplicar-se el que disposen les fonts de dret cooperatiu català i, supletòriament, l'ordenament jurídic cooperatiu en general, i, en últim terme, la normativa laboral.

4. No són derogables ni poden limitar-se per autoregulació, per tractar-se de matèries d'ordre públic, tret que existeixi autorització legal expressa, les següents disposicions:

- a. Les relatives a treballs nocturns, insalubres, penosos, nocius o perillosos.
- b. Les normes reguladores del règim de seguretat social.
- c. Les normes sobre prevenció de riscos laborals.
- d. Les causes legals de suspensió i excedència.

5. En el cas de cooperatives de treball associat amb més de vint-i-cinc socis treballadors que tinguin per activitat principal la realització, mitjançant subcontractació mercantil d'obres, subministraments o serveis de tota o part de

la pròpia activitat o de l'activitat principal d'una altra empresa o empreses o grups empresarials contractistes, o que realitzin una activitat econòmica de mercat per a un client amb una dependència d'un 75% o més de la facturació anual de la cooperativa, els estatuts o el reglament de règim intern han de garantir i recollir obligatòriament, com a mínim, les següents condicions:

- a) Les condicions de treball, especialment quant a la jornada laboral i les retribucions.
- b) La protecció social dels socis treballadors.

6. La regulació que determina l'apartat 5 ha de ser pública i comprensible i ha d'estar permanentment accessible per a tots els socis treballadors.

7. Queden excloses de l'apartat 5 les cooperatives de prestació de serveis públics, les mutualitats i qualsevol altre tipus que es determini per reglament.

8. Les condicions de treball a les quals es refereix l'apartat 5 han de ser, com a mínim, efectivament equivalents a les que reconguin els convenis col·lectius laborals aplicables als treballadors per compte d'altri del sector o centre de treball de l'empresa principal per a la qual prestin serveis. Quant a la protecció social, ha de ser equivalent a la dels treballadors inclosos en el règim general de la seguretat social.

9. El que s'estableix pel present article és condició de dret necessari i d'obligat compliment.

A banda, creiem que també creiem que és important citar el Decret emès pel Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme, concretament el núm. de document 227/2003 en data del 4/11/2003 al DOGC, publicat al Portal Jurídic de Catalunya sobre funcionament i competència del Registre administratiu d'empreses d'inserció de Catalunya.

La Llei 27/2002, de 20 de desembre, sobre mesures legislatives per regular les empreses d'inserció sociolaboral (DOGC núm. 3793, de 3.1.2003) ha permès

que aquestes empreses disposin, per primer cop en el nostre ordenament jurídic, d'un marc legal que possibiliti el seu desenvolupament i total consolidació. La seva disposició final estableix que el Govern ha d'aprovar en el termini de sis mesos, a comptar des de la data de publicació de la mateixa Llei, el Reglament de funcionament i competència del Registre administratiu d'empreses d'inserció de Catalunya. En compliment d'aquest mandat i en desplegament del Capítol II de la Llei 27/2002, de 20 de desembre, que porta per títol "Registre administratiu d'empreses d'inserció de Catalunya", es dicta aquesta disposició que desplega, de forma concreta i detallada, el capítol II esmentat.

D'altra banda, la disposició addicional primera d'aquest Decret reconeix, amb una temporalitat d'un any, la possibilitat de gaudir de les mateixes ajudes o programes de foment que es puguin destinar a les empreses d'inserció, a les fundacions i associacions que portin a terme qualsevol activitat econòmica de producció de béns o de prestació de serveis, l'objecte social de les quals tingui com a finalitat primordial la integració sociolaboral de persones en situació o greu risc d'exclusió social, i compleixin la resta de requisits que estableix l'article 4 de la Llei 27/2002 per ser qualificades com a empreses d'inserció, llevat d'aquell referent a la seva forma jurídica. També preveu l'aplicació de clàusules de preferència en l'adjudicació dels contractes administratius convocats per l'Administració de la Generalitat i els ens que en depenguin a favor d'aquestes entitats, en els termes que preveu l'apartat 2 de la Disposició addicional vuitena del Text refós de la Llei de contractes de les administracions públiques.

Els **estatuts propis** de la cooperativa Em Rellisca es troben als annexos d'aquest treball.

6. EMPRENEDORES

En aquest apartat adjuntem les motivacions de les dues creadores del projecte que han portat a crear el disseny de l'empresa Em Rellisca i, els seus currículums.

Motivacions

El punt clau que ens va fer decidir-nos a crear aquesta empresa va ser dur a terme les pràctiques del grau en un centre de salut mental, això va despertar la nostra vocació i les ganes de seguir treballant amb aquest col·lectiu de persones.

Pensem també que un aspecte molt important per al desenvolupament del projecte va ser la necessitat que veiem de trencar el gran estigma i estereotips que hi ha vers les persones que tenen salut mental, per això la necessitat que tots els productes portin el logotip i les persones que el comprin coneguin la història.

Per tant, la consciència de la societat és un dels factors clau que ens motiva a dur a terme el disseny d'aquesta empresa per poder ajudar a les persones pertanyents en aquest col·lectiu.

També ens motiva molt l'art, l'expressió artística concretament, ja que amb la nostra experiència hem anat veient quina importància té l'art en els processos terapèutics i pensem des de la nostra visió que és una eina molt útil per treballar amb persones.

Una altra motivació és el fet que creiem necessari que les persones quan surtin d'un recurs necessiten una rutina i un lloc de feina per poder ajudar a la seva adaptació en la societat i d'aquesta manera seguir adquirint habilitats socials com ho han estat fent dins dels recursos on han seguit un tractament terapèutic. I tot i que ja sabem que hi ha diversos recursos que es dediquen a la incorporació sociolaboral pensem que la nostra empresa té uns principis i uns valors que poden ajudar encara més a què la persona se senti a gust en el lloc de feina en el qual es trobi cada dia.

A banda, som persones molt organitzades que ens agrada tenir-ho tot sota control per minimitzar al màxim els errors, i això pensem que és un punt fort per a l'èxit de l'empresa i el benestar dels treballadors.

I per finalitzar, pensem que hi ha poca emprenedoria social i que és necessari donar més visibilitat a aquesta línia d'actuació des de l'educació social, ja que realment aquest tercer sector, com tots els altres, necessitant innovar-se i que es creïn noves empreses per anar a poc a poc satisfent les necessitats que les persones presentin.

Adjuntem els nostres **currículums** als annexos d'aquest treball.

7. ANÀLISI DE L'ENTORN I DEL PRODUCTE

7.1. Anàlisi del públic objectiu

El públic objectiu de l'empresa són les persones particulars que volen adquirir els productes tant en la botiga física com per comerç electrònic, així com aquelles empreses que estan interessades a adquirir els productes per realitzar publicitat.

Quant als particulars, amb els productes que es creïn a l'empresa es pretén satisfer les necessitats d'aquells consumidors que vulguin comprar un paraigua amb un disseny únic, un fi social i una bona qualitat. Generalment estariem parlant de persones que estan compromesos amb causes socials i que vulguin col·laborar amb el trencament de l'estigma present en la nostra societat sobre les malalties mentals.

Per tant, l'empresa i els seus productes es dirigeixen a tot el públic en general, ja que hi haurà diverses talles de tots els productes, però principalment ens dirigim a persones que vulguin contribuir a la millora d'aquest col·lectiu de persones i a aportar un valor a la societat com la integració de tota la diversitat de persones.

El públic objectiu també són les empreses, ja que Em Rellisca ofereix la realització de paraigües amb publicitat per a aquelles empreses que ho desitgin. L'empresa es dirigeix a aquelles empreses compromeses amb la societat i que la seva missió, visió i valors no es contradiuen amb els d'Em Rellisca.

Amb aquesta activitat es pretén cobrir la necessitat de publicitat de les empreses que així ho desitgin i, se seguiran estrictament els requisits de format que l'empresa sol·licita per tal d'adaptar-nos al màxim a les necessitats.

Analitzant el comportament de compra dels consumidors actuals, cada vegada més s'utilitza el comerç electrònic per comprar, és per aquest motiu que tenint en compte l'entorn es realitzarà la venda de productes en línia però també en la botiga física.

7.2. Anàlisi del producte

El primer producte que l'empresa llançarà al mercat serà un paraigua el disseny del qual està realitzat per persones amb salut mental.

S'ha escollit el paraigua com el primer producte que l'empresa incorporarà al mercat, ja que socialment és el que més s'utilitza quan plou i per tant, és el que té un nivell de demanda més elevat dins del mercat dels productes aïllants de l'aigua.

El valor diferencial del paraigua d'Em Rellisca respecte a un paraigua estàndard és l'equip que el dissenya, ja que es tracta d'una empresa d'incorporació sociolaboral, compromesa amb la societat i amb les persones que hi treballen, així com amb els seus clients.

A banda, també aporta valor al consumidor, ja que es tracta d'un paraigua de plàstic amb un disseny únic, fet que remarca l'exclusivitat que té el producte. A banda, també es tracta d'un producte que aporta originalitat i es pot personalitzar al gust del consumidor, això fa augmentar el valor que el comprador percep. Un fet que considerem molt important a remarcar és que amb els productes que es fabriquen a l'empresa a part de provocar un impacte social es vol que aquests siguin reconeguts per la seva utilitat i qualitat. És a dir, que realment les persones que comprin els productes ho facin per la qualitat com a element principal de satisfacció evitant l'adquisició dels productes per llàstima.

És un paraigua que a més té la finalitat de sensibilització, es pot fer per regal, comprar per internet o en la botiga física. Amb la compra d'un producte es col·labora a l'erradicació de l'estigma versus les persones amb salut mental, al final, és una implicació social.

Aquesta seria la idea inicial però a poc a poc volem anar ampliant l'oferta i crear una gamma de productes aïllants de l'aigua com per exemple, botes d'aigua i impermeables, tot seguint la idea d'elaborar un disseny realitzat per persones amb salut mental.

Per a les empreses, el valor que aporten els nostres productes és la responsabilitat social, és a dir, els clients de les empreses veuran que són empreses responsables socialment i realitzen una part de la seva publicitat comprant a empreses com Em Rellisca, i això crearà confiança en els consumidors i consegüentment un augment de les vendes.

7.3. Anàlisi del mercat i característiques del sector

El mercat en el qual l'empresa mantindrà l'activitat principal serà en el mercat de béns duradors, fent arribar als consumidors particulars quina és l'essència de l'empresa i dels seus productes.

Els clients potencials són les empreses amb uns valors d'acord amb la Responsabilitat Social Corporativa i els particulars que estan d'acord amb els objectius i la missió, visió i valors que té l'empresa.

Tal com expressa Mora Ticó, P. (2007) en la Revista d'Educació Social nº37, a la nostra societat els valors, les normes i les creences són elements clau per entendre en quin entorn ens trobem. Podem dir que hi ha un fort creixement de la participació en les organitzacions del tercer sector i del voluntariat, principalment en les organitzacions ecologistes, entitats d'ajuda a malalts i marginats, de cooperació amb el Sud i d'educació i treball social.

Quant a la competència, no hi ha cap empresa que es dediqui a realitzar el disseny de paraigües per contribuir a l'erradicació de l'estigma que hi ha sobre la salut mental. Ni tampoc existeix cap empresa d'aquestes característiques en la qual la majoria dels treballadors siguin persones amb salut mental.

Hem estat investigant, i en el mercat podem trobar empreses que fan dissenys professionals per publicitar les empreses, o també artistes professionals que realitzen dissenys d'aquests articles. En el mercat també trobem empreses que ja estan dins del mercat amb altres articles, com maletes de luxe, i que incorporen els paraigües a la seva oferta, però ho fan amb preus molt elevats.

Per tant, pensem que la nostra empresa té un lloc dins del mercat, ja que la competència no és gaire elevada, tot i que s'ha de tenir en compte, i a la vegada també aporta un valor social molt important.

En realitzant una anàlisi sobre les cooperatives, segons la Confederació Empresarial Espanyola de l'Economia Social (CEPES), actualment hi ha 19.953 cooperatives a Espanya que generen 322.389 llocs de treball.

Analitzant el mercat de les empreses i entitats de l'economia social, un tret característic és que la mida mitjana d'aquestes empreses és major, és a dir, en l'economia mercantil el 48,2% de les empreses tenen un o més empleats per compte d'altri són microempreses, en l'economia social el percentatge descendeix fins al 41,4%. I per contra, el pes de les empreses mitjanes i grans és superior en l'economia social tant en la total com en la de mercat. (Vegeu la Taula 2).

Tabla 2. Distribución de las empresas y entidades de la economía social y de la Economía mercantil por tramos de tamaño. Año 2018. Porcentaje sobre el total

	Economía social de mercado	Economía social total*	Economía mercantil (personas jurídicas)	Economía mercantil (personas físicas y personas jurídicas)
Microempresas (de 1 a 10 trabajadores/as)	41,8%	41,4%	48,2%	62,2%
Pequeñas empresas (de 11 a 50 trabajadores/as)	38,1%	36,1%	37,5%	27,6%
Mediana empresa (de 51 a 250 trabajadores/as)	16,6%	18,3%	12,0%	8,5%
Gran empresa (más de 250 trabajadores/as)	3,6%	4,1%	2,3%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Muestra Continua de Vidas Laborales (2017) y elaboración propia.

(*) Economía social total=Economía social de mercado + Economía social de no mercado

Fent referència al nombre d'empreses i entitats, l'economia social és una realitat econòmica amb un pes significatiu en el teixit empresarial, 6 de cada 100 organitzacions del sector privat de l'economia espanyola pertanyen a l'economia social. Les diferències entre comunitats autònomes són molt significatives (Vegeu Taula 3).

Tabla 3. Peso de la economía social en el tejido productivo. Detalle por comunidades autónomas.
Año 2018. Porcentaje sobre el total de empresas y entidades

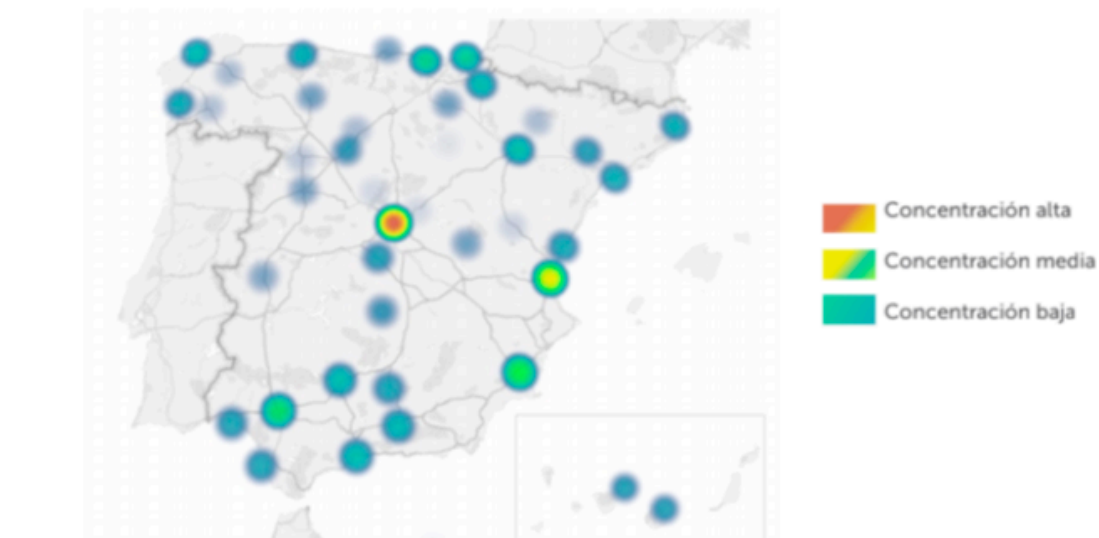
	Economía social total	Economía mercantil (personalidad jurídica)	Total
Andalucía	6,6%	93,4%	100%
Aragón	5,9%	94,1%	100%
Asturias, Principado de	6,4%	93,6%	100%
Baleares, Illes	3,7%	96,3%	100%
Canarias	3,5%	96,5%	100%
Cantabria	4,7%	95,3%	100%
Castilla y León	7,9%	92,1%	100%
Castilla - La Mancha	7,6%	92,4%	100%
Cataluña	5,1%	94,9%	100%
Comunitat Valenciana	6,1%	93,9%	100%
Extremadura	8,8%	91,2%	100%
Galícia	5,3%	94,7%	100%
Madrid, Comunidad de	3,6%	96,4%	100%
Murcia, Región de	8,2%	91,8%	100%
Navarra, Comunidad Foral de	7,7%	92,3%	100%
Pais Vasco	7,6%	92,4%	100%
Rioja, La	6,3%	93,7%	100%
Ceuta y Melilla	6,2%	93,8%	100%
Total	6,1%	93,9%	100%

Fuente: Muestra Continua de Vidas Laborales (2017) y elaboración propia.

Font: Muestra Continua de Vidas Laborales (2017)

Analitzant la ubicació de les entitats del conjunt de l'economia social, s'aprecia que la majoria d'elles es concentren a Madrid, València, Múrcia i Sevilla (Gràfic 5).

Gráfico 5. Distribución de la economía social por provincias y municipios. Número de entidades. 2018



Fuente: Muestra Continua de Vidas Laborales (2017) y elaboración propia.

Font: Muestra Continua de Vidas Laborales (2017)

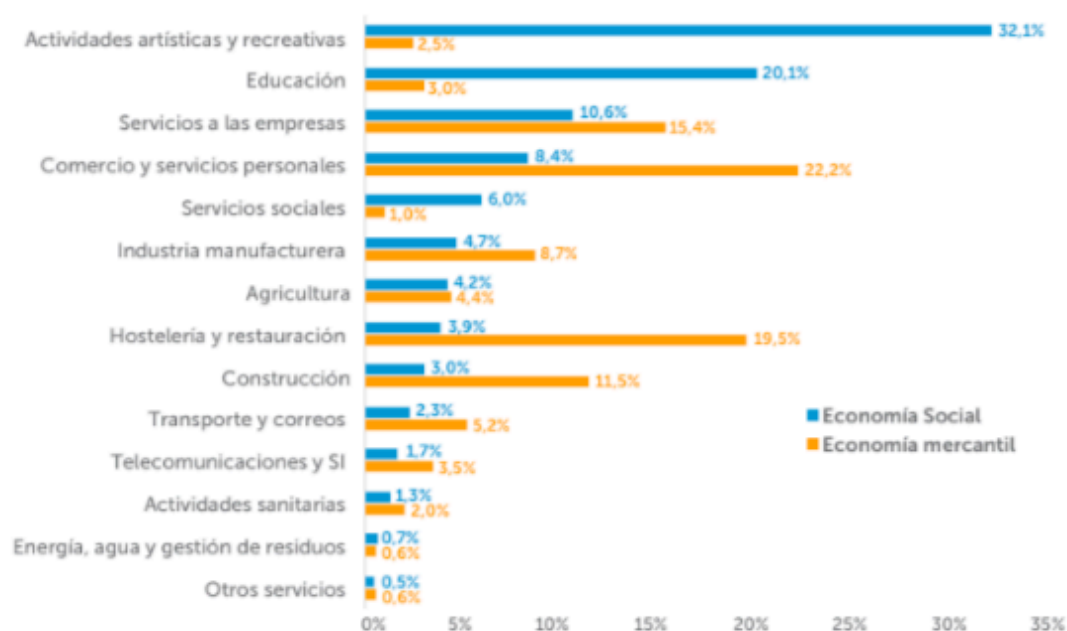
Segons un informe publicat per la CEPES l'any 2017, La distribució sectorial de l'economia social per sectors d'activitat mostra una certa relació amb la

distribució del conjunt d'empreses, és a dir, alguns dels sectors de major grandària en el conjunt de teixit productiu aglutinen també la majoria d'empreses de l'economia social de mercat. Així, el sector de comerç i serveis personals engloba el 17,1% de les empreses i el 24,8% de l'ús de l'economia social de mercat; serveis a les empreses (12,4% i 17,2%) o educació (11,7% i 9,4%). Altres sectors, com la indústria o l'agricultura, tenen també un pes molt significatiu en el conjunt de l'economia social de mercat.

La incorporació d'associacions i fundacions a l'economia social determina que els sectors de serveis socials i d'activitats artístiques i recreatives s'incorporin com a sectors molt significatius per al conjunt de l'economia social.

Fent una anàlisi de la localització sectorial de les empreses i entitats més joves, podem destacar que a l'economia social s'observa un fort dinamisme en el sector cultural i d'oci, ja que el 32,1% de les entitats més joves s'han ubicat en aquest sector. Darrere d'aquest segueixen educació (20,1% de les empreses i entitats joves), serveis a empreses (10,6%), etcètera. (Vegeu Gràfic 9).

Gráfico 9. Distribución de las empresas jóvenes por sectores de actividad en la economía social y la economía mercantil. Año 2018. Porcentaje sobre el total de cada grupo.



Font: Muestra Continua de Vidas Laborales (2017)

Referent a les empreses que contracten persones amb discapacitat, segons un informe publicat per la CEPES l'any 2017, el percentatge mitjà de persones amb

discapacitat (amb un grau superior al 33%) en les empreses i entitats d'economia social de mercat és del 15,8% mentre que en les empreses del grup de control aconseguix només l'1,3%. En el cas de l'economia social en el seu conjunt, els percentatges són respectivament del 9,7% i de l'1,3% (Taula 10).

A més, els treballadors/as amb discapacitat de l'economia social tenen característiques diferencials que reforcen la seva labor d'integració. Així, el percentatge de treballadors/as amb major grau de discapacitat és superior en l'economia social de mercat que en la mercantil (el 18,7% té un grau igual o superior al 65% enfront d'un 12,8% en les empreses del grup de control). I en el conjunt de l'economia social es manté aquest diferencial positiu (17,0% enfront de 15,1% en el grup d'empreses d'economia mercantil).

L'impacte dels principis de l'economia social en el mercat en termes monetaris, com podem veure en aquest estudi realitzat per CEPES (2017), els beneficis totals (directes i indirectes) que els principis de l'economia social aporten a la societat es xifren en 6.229 milions d'euros anuals, dels quals, el 71,7% està vinculat a l'ocupació de col·lectius amb dificultats d'accés a l'ocupació i el 16,9% a la major estabilitat de l'ocupació. Per agents, els principals beneficiaris són les llars dels col·lectius amb majors dificultats d'accés a l'ocupació, que reben gairebé 4.000 milions d'euros anuals en rendes salarials netes.

Els beneficis indirectes, que es corresponen a la despesa que no s'ha realitzat gràcies al comportament diferencial de les empreses d'economia social (principalment prestacions associades a situacions de desocupació, tant contributives com assistencials) es xifren en 694 milions d'euros anuals.

Fent una anàlisi de l'entorn demogràfic, segons el Cens de població espanyola el 2018, publicat per l'Institut Nacional d'Estadística (INE), les projeccions demogràfiques de futur que tenen relació amb les activitats del sector social es vinculen amb el procés d'envelliment de la població i l'augment de la immigració. Espanya, amb una població de 46.455.123 persones, destaca per estar entre els països amb major taxa de desocupació del món, encara que, en la seva majoria, els espanyols gaudeixen d'una bona qualitat de vida. Segons dades de l'Institut

Nacional d'Estadística, Espanya compta amb una taxa de desocupació del 18% i una taxa d'atur del 18,6%, amb 4.238 persones en situació d'atur. La introducció de la nostra empresa en el mercat suposarà l'oferta de diversos llocs de treball, la qual cosa disminuirà, encara que en petites mesures, la taxa de desocupació espanyola.

Si tenim en compte l'entorn econòmic en el qual l'empresa s'ha d'incorporar, aquest està format per una sèrie de factors que afecten l'acció de les organitzacions no lucratives, entre elles la precarietat laboral, la retallada de prestacions socials, la dificultat d'accedir a l'habitatge, la privatització de serveis, etcètera.

Hem de tenir en compte totes aquestes circumstàncies, ja que contribueixen a la marginació de col·lectius vulnerables com són les persones joves, les persones de més de cinquanta anys per trobar feina, els jubilats, les persones amb malalties que requereixen tractaments, etcètera.

Quant a l'entorn polític, les decisions estratègiques de les organitzacions estan subjectes de forma directa per aquest entorn. Espanya es regeix per una monarquia constitucional basada en una democràcia parlamentària, encara que el poder està molt descentralitzat, és a dir, les comunitats autònomes disposen d'un alt nivell d'autonomia legislativa, executiva i legal.

Quan sigui el moment de posar en marxa l'empresa s'hauran de tenir en compte les aprovacions de determinades legislacions, s'haurà d'analitzar la informació sobre els esdeveniments polítics i legislatius per d'aquesta manera poder calcular els riscos d'inversió. Segons Pere Mora, en un article publicat a la revista d'Educació Social número 37, els principals factors que poden influir en l'entorn polític-legal són:

- La col·laboració amb el sector públic i privat:

El fet que hi hagi un augment de la interrelació entre el sector privat i públic amb el sector no lucratiu es concreta en el que s'ha denominat com "societat relacional", això implica que les possibles solucions als problemes socials s'han de plantejar de forma conjunta entre els diversos agents socials.

Les empreses han d'assumir la responsabilitat social i aportar els beneficis que generen a millorar la societat i, l'administració pública s'ha d'implicar de forma

directa a analitzar les causes de la pobresa i la marginació i a actuar conjuntament amb les ONL (Organitzacions No Lucratives).

- L'impacte de la Unió Europea:

Les organitzacions s'han d'adaptar a la normativa europea, sobre la qualitat dels seus serveis i el treball en xarxa, fet que implica professionalitzar, modernitzar i adequar les estructures actuals.

Les fonts d'informació que hem utilitzat per recopilar les dades han estat fonts primàries i secundàries. Les fonts primàries o internes són les que recopilen informació nova del mercat en aquest cas hem utilitzat les entrevistes.

Quant a les fonts secundàries ens han servit per poder estar al dia de les tendències i novetat sobre el sector social, les hem obtingut en gran majoria per Internet. LA informació ja estava recollida en altres estudis i investigacions. Per tant, les fonts secundàries que hem utilitzat per realitzar l'anàlisi de l'entorn ha estat la cerca de continguts disponibles la web i xarxes socials i, la consulta de panells de consum o de compra.

7.4. Anàlisi de la competència

Per poder llençar al mercat un producte s'ha de ser conscients de quina competència trobem en el mercat en el qual es volen introduir els productes.

En el cas de l'empresa Em Rellisca es pot distingir entre dos tipus d'empresa que es troben en la competència, per un costat les empreses que venen paraigües sota el nom d'una marca que ja està introduïda en el mercat perquè tenen una diversificació de productes i, per un altre costat aquelles empreses que es dediquen a personalitzar els paraigües per exemple, posant logotips per fer publicitat de les empreses que ho sol·liciten.

A continuació, alguns exemples d'empreses que es troben en la competència;

- **MartGifts** és una empresa que fa campanyes promocionals per a empreses mitjançant paraigües publicitaris. Es poden adquirir diversos productes com bosses de platja, barrets, mantes, guants, impermeables, etcètera, mitjançant la pàgina web.

- **Materialpromocional** és una empresa que ofereix paraigües promocionals de tots els preus i qualitats. Ofereixen paraigües transparents, amb dissenys, de diversos colors. A banda també pots comprar-hi clauers, tèxtil. USB, entre altres articles.
- **GIFTCampaign** també ofereix paraigües publicitaris de diverses mides i estils.
- **Isotoner** és una empresa que ja té un lloc en el mercat i que aprofita aquesta diferenciació per poder introduir els seus nous articles i tenir més beneficis. Ofereix paraigües a un preu bastant elevat amb una qualitat suprema.
- **Kazbrella** és una empresa que ofereix un paraigua diferenciat, no té res a veure amb els que hi ha al mercat. És un paraigua que s'obre a la inversa dels altres per d'aquesta manera resultar més còmode en la seva apertura. A banda, l'empresa va ser la guanyadora del premi Spin Off el 2017 pel seu excel·lent rendiment en la comercialització tecnològica.
- **Mr.Wonderful** també té paraigües amb frases que segueixen l'estil de l'empresa com per exemple "Si llueve todo el dia, échale extra de energia".

Hem de destacar que encara que hi hagi empreses en la competència no n'hem trobat cap que el seu procés de producció el porten a terme persones amb salut mental. Això aporta una diferenciació als productes de l'empresa Em Rellisca i podem veure que és una idea innovadora. Aquest aspecte també ens indica que realment oferim un producte diferenciat i únic en el mercat fet que dóna seguretat a l'hora d'introduir els productes en el mercat.

A continuació presentem un quadre per presentar de manera esquemàtica els aspectes més importants que caracteritzen als competidors;

NOM DE L'EMPRESA	PRODUCTE/SERVEI	PÚBLIC OBJECTIU	PREU	QUALITAT	OBSERVACIONS
MARTGIFT	PUBLICITAT PER A EMPRESSES. Productes com motxilles, agendas, paraigües, etc.	Empreses que vulguin fer publicitat amb objectes que tinguin en seu logotip.	Des de 2€ fins a 11€, depenent del model.	Materials de bona qualitat.	Ofereixen productes publicitaris molt econòmics per tal d'incentivar la compra dels seus productes. Gran varietat d'aquests.
Materialpromocional	Solucions de màrqueting. Productes com bosses, tasses, clauers, etc.	Empreses que vulguin un servei de producció, importació, distribució i logística de Material Promocional i Detalls d'Empresa.	Preus no disponibles.	Compleixen la normativa internacional de fabricació i de respecte dels drets humans.	En aquesta empresa a part de fer productes publicitaris, també els distribueixen si l'empresa ho desitja.
GIFTCampingn	Regals publicitaris corporatius. Per exemple cantimplors, llibretes, caixes per portar auriculars, USB, bosses de roba, etc.	Empreses que cerquin regals per regalar als seus clients amb marca de l'empresa.	Paraigües des de 3€ fins a 30€, depenent del model.	Hi ha possibilitat d'escollir la qualitat en el producte.	Ofereixen una gran varietat de productes per empreses, els preus són bastant assequibles segons el producte i cada empresa pot escollir la qualitat que vol.

Isotoner	Sabates d'anar per casa, paraigües, guants, sabates, productes per nens, bufandes.	Públic objectiu; són les dones, els homes i els nens i nenes. Clarament diferenciats per seccions. Clients amb un poder adquisitiu alt.	Preus a partir de 20€ per paraigües de dona i home. Preus de 15€ per a paraigües de nens i nenes.	Molt bona qualitat.	El preu dels seus productes és bastant més elevat que els citats anteriorment. És una marca coneguda per la societat en general.
Kazbrella	Paraigües que converteix el seu marc completament per dins.	Persones interessades en els productes innovadors que sàpiguem apreciar la modificació.	Preus a partir de 50€.	Mecanismes molt treballats, fet que aporta qualitat al producte.	Aporten un tret diferenciador que alhora augmenta el valor del producte per al consumidor. Tan sols venen paraigües i han estat capaços de marcar la diferència.
Mr.Wonderful	Productes amb missatges positius.	Dones d'entre 18 i 25 anys.	Entre 20€ i 30€.	No és tant la qualitat com l'estil que utilitza l'empresa.	Empresa molt coneguda per les persones joves. Missatges molt positius que en general agraden a la població. Tots els productes porten el seu logotip. No fa publicitat per a altres empreses.

7.4.1. Estratègia de diferenciació i posicionament.

Ara que ja s'han definit alguns dels competidors que es troben en el mercat, en aquest apartat es definirà l'avantatge competitiu d'Em Rellisca, és a dir, les característiques o avantatges que té Em Rellisca que la distingeix de manera avantatjosa sobre els seus competidors.

Podem diferenciar entre dos tipus d'avantatge competitiu, l'externa i la interna. Quant a l'externa, les variables per les quals es diferencia són l'atenció personalitzada, el procés de producció és visible per tothom, treballadors amb salut mental, és una empresa orientada a detectar les necessitats dels usuaris per poder cobrir-les, sempre tenint en compte al treballador com a eix vertebrador de l'empresa, tots els productes tenen la finalitat d'incidir en la consciència social sobre les malalties mentals.

Pel que a la interna està basada en el fet que els costos de producció o d'administració siguin menors que els de la competència. Per aquest motiu hem analitzat anteriorment quins eren alguns dels competidors que es troben en el mercat, quins productes ofereixen, a quin preu, qualitat i quin és el públic objectiu.

7.5. DAFO

A continuació presentem el DAFO que ens permet conèixer les debilitats, les amenaces, les fortaleces i, les oportunitats de l'empresa Em relisca, aquest ens permet analitzar la realitat de l'empresa per poder prendre les decisions oportunes en el seu desenvolupament. Ens permet analitzar les característiques internes (Debilitats i fortaleces), i la situació externa (Amenaces i oportunitats).

Aquesta anàlisi ens permet entendre el posicionament del projecte emmarcat en el seu entorn. El fet de poder conèixer el projecte des de dins i conèixer el seu entorn permetrà desenvolupar estratègies i prendre decisions més adequades i segures a les necessitats que presenti l'empresa en cada moment.

DEBILITATS	AMENACES
- Capacitat de finançament escassa. - Costos unitaris elevats. - Productes no peribles. - Plantilla reduïda. - Escassa inversió.	- Demanda estacional. - Descens del consum.
FORTALESES	OPORTUNITATS
- Treball adaptat a les capacitats de les persones que duen a terme les tasques. - Atenció personalitzada amb un servei pre-venta i post-venta. - Venta de productes únics, cada model és diferent. - Contribució social en la compra dels productes. - Treballem per a l'eradicació de l'estigma sobre la Salut Mental en la nostra societat. - Experiència en el sector. - Contribuïm en el procés terapèutic de les persones que estan o no seguint un procés terapèutic. - Impartir activitats en els recursos de manera gratuïta. - Entrega a domicili. - Coneixement de les noves tecnologies, xarxes socials i venda online.	- La societat s'interessa per els productes que contribueixen a una millora de la societat.

8. PLA DE MÀRQUETING

8.1. Polítiques de comercialització

La comercialització del producte es durà a terme en la botiga física, un local que servirà tant per a dur a terme el disseny de productes com per vendre'ls a les persones interessades. A banda també tindrem una pàgina web on apareixeran tots els productes que té l'empresa i es podran comprar. Quan es comprin per internet es podrà o bé recollir el producte a la botiga o es portarà a domicili pagant un suplement.

També es podran aconseguir els productes en diversos comerços que estiguin interessats en la idea, com per exemple la FNAC o petits comerços de barri que vulguin vendre els productes que oferim.

Una altra línia de comercialització és un servei en el qual l'empresa Em Rellisca també fa paraigües publicitaris o promocionals per a altres empreses que estiguin interessades. És a dir, una empresa desitja poder regalar als seus clients paraigües, doncs a l'empresa Em Rellisca es podrà contractar un servei de disseny personalitzat per poder dur a terme aquesta activitat.

Els preus estaran expressats en moneda nacional i dependran del nivell de compra dels seus clients i estan subjectes a canvis.

Quan parlem de preus, hem de diferenciar entre el preu real i el preu psicològic. El real és el que se li assigna al producte després de calcular els costos de producció i el marge de guany, tenint en compte el preu marcat per la competència. En canvi, el preu psicològic és el que estableixen els clients, basant-se en el valor que els hi aporten els productes.

A continuació definim les fases que seguirem per posar en marxa l'empresa. Primer difondrem els nostres serveis, després captarem usuaris per poder realitzar els productes, tercerament passaran una fase de prova i per últim contractarem a la persona.

1ª Fase - Difusió:

El projecte Em Rellisca tindrà diverses vies de difusió per les quals ens donarem a conèixer i permetran fer créixer l'empresa. La nostra difusió anirà destinada a hospitals de dia i SRC per tal que des d'aquí ens puguin derivar usuaris que creguin que poden tenir el perfil que nosaltres demanem per formar part del nostre projecte i poder participar-hi activament. I també es realitzarà una difusió orientada a la societat en general, aquesta difusió té l'objectiu de sensibilitzar a la població i donar a conèixer el nostre projecte, per tal de poder captar fons i de poder vendre els productes que es fabriquen en l'empresa.

- La primera via per la qual volem donar-nos a conèixer és a través de tríptics, per ser més concrets, dos tipus de tríptics diferents. En el primer tríptic hi haurà informació de sensibilització i visualització de la salut mental que anirà més destinat a la població en general per tal d'apropar la salut mental a tothom. I el segon tríptic serà informatiu sobre les característiques i els objectius que té el nostre projecte. Hi haurà informació de qui som, què fem, horaris, productes, contacte, i d'altra informació rellevant. Aquest segon tríptic té com a finalitat principal captar l'atenció de tot aquell que ho vegi.
- La segona via de difusió del nostre projecte seran les xarxes socials. Avui en dia veiem que les xarxes socials arriben a molta part de la població i a través d'aquí podem fer molta més difusió. Tindrem un Facebook, Instagram i Twitter on, al principi, penjarem informació de qui som, què fem, on som, etc. I quan el projecte vagi agafant forma, anirem penjant fotos dels productes, de la cadena de fabricació, d'informació sobre els productes, com adquirir-los, etc. A través de les xarxes socials també farem algun sorteig d'algun producte per tal de captar l'atenció de nous possibles compradors/es. Els sorteigs es faran entre els nostres seguidors i per tal de poder aconseguir guanyar el producte hauran de convidar a algun amic/a de la xarxa social corresponent a seguir-nos i d'aquesta forma entrarà al sorteig del producte. Amb aquestes accions pretenem fer que les xarxes socials de l'empresa creixin i ens donin a conèixer, obrint-

se al públic i obsequiant els nostres seguidors amb productes fets al nostre projecte. També pensem que són molt important les xarxes socials, ja que aquestes poden ser un canal de venda molt potent per als productes que es vulguin vendre.

- La tercera via de difusió del nostre projecte serà fer una carta informativa que farem arribar personalment als hospitals de dia i SRC, per tal de donar-nos a conèixer i que siguin coneixedors de quines tasques desenvolupem per si són del seu interès. La finalitat de la carta comunicativa és apropar-nos als recursos de manera formal i presencial per així conèixer de primera mà als professionals amb els quals estarem en contacte a l'hora de les derivacions dels usuaris. D'aquesta manera també podrem fer una presentació rigorosa del projecte i dels professionals que hi treballem. També destacar que oferirem una visita als hospitals de dia i SRC per tal que vinguin a veure el nostre recurs i les nostres instal·lacions. En el cas que un servei estigui interessat en els recursos que nosaltres oferim per a algun dels seus usuaris, també creiem oportú oferir una reunió formal per exposar les condicions, el perfil d'usuari que requereix el nostre projecte, entre altres aspectes formals que interessin al recurs sol·licitant.
- La quarta via de difusió serà a través de xerrades informatives que realitzarem a diversos recursos per poder entrar dins de la xarxa de recursos de salut mental i d'aquesta manera anar establint a poc a poc relacions amb aquells serveis que estiguin interessats a treballar amb nosaltres i per anar fent xarxa de relacions entre serveis.
- I per últim, la cinquena via de difusió que serà la realització d'un o diversos tallers només cobrint el cost dels materials utilitzats en els serveis que estiguin interessats. Això es realitzarà a través d'una activitat voluntària, en la qual els usuaris que ho desitgin podran tenir una experiència amb nosaltres i provar una activitat diferent del que duen a terme dins dels serveis. És un taller que oferirem des de l'empresa i que consistirà a fixar un dia en el qual els usuaris d'un recurs vinguin a conèixer les nostres

instal·lacions, acompanyats del personal del centre de referència. En el taller es realitzarà una activitat de disseny d'un paraigua per part d'aquelles persones que assisteixin, simulant un espai de treball habitual per una persona que forma part de l'equip.

Aquest espai ens servirà perquè els usuaris coneguin les tasques que es duen a terme dins l'empresa però també creiem que amb aquestes activitats podrem veure quines són les persones que pensem que podrien aportar el seu treball dins del nostre projecte i podrem contactar amb ells. Les persones que vinguin a fer aquesta activitat voluntària, podran emportar-se allò que han creat, ja que els materials seran subvencionats pel centre en el qual estan ingressats.

2ª Fase – Captació:

A través de les diferents vies de difusió que hem esmenat anteriorment, el que volem aconseguir és captar el màxim nombre d'usuaris i usuàries que col·laborin en el nostre projecte per tal de poder fabricar els productes i tirar endavant l'empresa.

Mitjançant la carta informativa i les reunions amb diversos centres, el que volem és crear xarxes de comunicació amb diferents recursos que pensem que tenen usuaris i usuàries amb un perfil adequats a les tasques que s'han de realitzar dins del projecte. Dins d'aquestes reunions també volem recalcar que els usuaris/es que participin en els tallers que es realitzaran en el nostre recurs no obtindran cap remuneració econòmica tot i que sí que tindran un obsequi per a la participació. Aquesta activitat pretén formar part del procés de les persones i en el cas que els recursos estiguin interessats i hi hagi usuaris que es vulguin incorporar com a treballadors, durem un seguiment quinzenal amb els centres de referència de cada usuari/a.

Mitjançant aquests tallers gratuïts per als usuaris dels recursos també podem captar usuaris per com es desenvolupen en l'activitat.

És a dir, quan venen al taller a fer l'activitat nosaltres podem veure quines són les habilitats de cadascú i podem parlar amb les persones que creguem

convenients i oferir-li passar a la següent fase de prova en el cas que ho considerem oportú i que la persona estigui d'acord amb el que se li ofereix.

3a Fase -Prova

Una vegada hàgim vist les persones que volem que formin part de l'equip, que hàgim seleccionat en els tallers que realitzem per als recursos doncs vindrà la següent fase.

Els usuaris/es que vulguin formar part de l'equip, estaran en fase de prova durant una setmana per veure si s'adapten al lloc de treball de manera adequada i també per veure si és profitós per a la persona. En el cas que no sigui adequat poder fer una incorporació en la part l'expressió artística, es mirarà perquè puguin realitzar una altra funció dins del projecte Em Rellisca i si finalment es veu que la persona no s'adapta a la dinàmica de treball de l'empresa i no es troba la manera que la persona pugui desenvolupar tasques adequadament, ens posarem en contacte amb el seu servei de referència i amb la persona i li comunicarem els motius pels quals hem pres la decisió.

Per la captació de possibles donacions, donarem a conèixer el nostre projecte i la nostra causa a través de les xarxes socials, tríptics, etc. La via de captació més adient són les xerrades, ja que estarem cara a cara amb els possibles donants i podrem resoldre dubtes a l'instant.

També farem una reunió el primer dimecres de cada mes per a possibles visites que vulguin acudir a observar com es realitza el projecte, tinguin dubtes sobre el nostre recurs o estiguin interessats a poder treballar amb nosaltres. En aquestes reunions es farà un recorregut per tota la infraestructura i, al final es farà una explicació i una ronda de preguntes on es resoldran els dubtes que puguin sorgir durant la visita. Per finalitzar es donarà el contacte de l'empresa per futurs dubtes o possibles donacions.

4a Fase - Contractació

Quan se superi la setmana de prova i es vegi que la persona segueix un procés adequat dins l'equip i que les tasques que realitza són beneficiàries per a ella i per a l'empresa es procedirà a la contractació de la persona com a treballador/a.

Pensem que és adequat passar totes aquestes fases abans d'incorporar a una persona a l'equip per tal de poder assegurar-nos que té una continuïtat i que realment està interessat i té les habilitats necessàries per poder realitzar les tasques.

8.2. Polítiques de distribució i logística

Els mitjans de distribució aniran segons la demanda que es faci dels productes, però la idea per començar seria que una persona pogués fer arribar els paquets als domicilis amb un cotxe de l'empresa, que a la vegada servirà per fer publicitat i per anar a comprar als proveïdors.

Fins que l'empresa no creixi i els beneficis siguin més importants, pensem que aquest serà l'únic mitjà de distribució a l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

Tenint en compte que podem tenir clients de diversos llocs d'Espanya o del món, hem pensat que el canal que utilitzarem per distribuir els productes per aquestes localitats serà la utilització de MRW per fer arribar els nostres productes, en aquells casos que la comanda s'hagi d'enviar fora de l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

En l'elecció d'un canal de distribució per part d'un fabricant influeixen una sèrie de factors que s'han de tenir en compte a l'hora de crear una empresa. Aquests factors són;

- Factors interns: és a dir, hem de tenir en compte que es tracta de productes aïllants de l'aigua, que tenen certes característiques i que el canal de distribució ha de tenir presents per tal que no es perjudiqui en producte una vegada s'hagi de transportar.

- Factors de la competència: en aquest cas la competència no és un punt que destacaríem, ja que tot i que hi ha empreses que sí que es dediquen a fer paraigües amb publicitat, no hem trobat cap empresa que tingui les mateixes característiques que la que nosaltres presentem, i sobretot, que estigui formada per treballadors amb salut mental.
- Factors del mercat: el comportament que tenen els consumidors de l'empresa tenen una influència directa en l'elecció del canal de distribució, i dependrà de com li agrada comprar als consumidors dels productes que fabrica l'empresa que aquesta hagi d'elegir un canal o un altre. Per això hem triat diverses opcions, perquè els consumidors puguin comprar els productes d'Em Rellisca, hi ha la possibilitat d'obtenir-los via comerç electrònic o de manera presencial en la botiga física. Pensem que en el cas de l'empresa és beneficiós tenir una botiga física, ja que aporta valor als productes, perquè es localitza al mateix lloc que el taller i això pot portar al consumidor a estar més interessat a comprar en la botiga física perquè veu com es fabriquen els productes.
- Factors relatius a la disponibilitat d'intermediaris: hem de tenir en compte la disponibilitat d'intermediaris que responguin als objectius plantejats i donin resposta als criteris de selecció establerts per l'empresa. És a dir, les empreses que venguin els productes fabricats estaran seleccionades per què ens volem assegurar que siguin compatibles amb els valors que té l'empresa.

Es tractaria d'un canal de distribució directe, és a dir, des del fabricant fins al consumidor, en el cas de les botigues físiques i, de la compra per la pàgina web. Però també s'utilitzaria el canal de distribució d'empreses com Amazon, entre d'altres, per tal de vendre els productes que es fabriquen. I de l'empresa de distribució MRW per fer arribar aquells productes que estiguin fora de l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

Logística

La logística és el nexa entre la producció i el mercat, és a dir, la distància física i el temps que separem a l'activitat productiva del punt de venda. La logística el que intenta és reduir aquesta distància.

La logística implica tasques de planificació i gestió de recursos per poder implementar i controlar amb eficiència els materials i productes des de l'origen fins al consum, amb la intenció de satisfer les necessitats del consumidor al menor cost possible.

Existeixen 5 funcions de la logística amb les quals intentarem definir la logística de l'empresa Em Rellisca;

1. CONTROL DE L'INVENTARI. Controlar l'inventari és bàsic per a poder escometre un adequat procés logístic. Comporta analitzar els motius pels quals es produeixen diferències d'inventari i intentar millorar-los, perquè qualsevol millora per a reduir aquestes diferències es tradueix immediatament en un increment del benefici net, convertint-se així en una nova via d'ingressos. A l'empresa intentarem saber en tot moment en quines condicions d'inventar ens trobem mitjançant un software de gestió d'inventaris anomenat Holded. Disposar d'un adequat control de l'inventari ens permet donar als nostres clients, des del mateix moment en què realitzen la comanda i una garantia de servei.

2. PROCESSOS OPERATIUS EN EL MAGATZEM. En el magatzem sempre hi haurà els horaris de tots els treballadors, les tasques a desenvolupar amb exactitud, les normes de convivència, i tota l'organització del dia per tal de promoure una rutina en la persona i que no es generin situacions de descontrol en el magatzem. Aquelles empreses capaces de gestionar els processos operatius del magatzem amb exactitud, rapidesa i a un baix cost obtindran un clar avantatge competitiu.

3. TRANSPORT DE DISTRIBUCIÓ o ÚLTIMA MILLA. Denominem última milla a l'últim tram del trajecte que recorre una comanda abans de ser lliurat al seu comprador. En l'empresa la distribució per Barcelona es farà per un treballador de l'empresa mitjançant un cotxe amb publicitat i, a la vegada aquesta persona també farà els enviaments a domicili per correu o per l'empresa d'enviament que es desitgi. Aquest procés serà molt pautat i molt meticulós, ja que es tracta amb dades confidencials i s'ha d'intentar minimitzar al màxim el marge d'errors. Treballar a millorar els processos de lliurament als clients finals, realitzant-los cada dia d'una forma més ràpida i eficient tant en costos com en aspectes mediambientals és un dels grans desafiaments actuals de la logística.

4. TRAÇABILITAT. Per tenir en compte la traçabilitat es disposarà de l'eina CAPTOR que és un sistema MES (Manufacturing Execution System) flexible que facilita la presa de decisions en planta capaç de gestionar la traçabilitat de procés i de producte, tant la traçabilitat per lots com la unitària, amb eines visuals per a facilitar el control i estimular l'anàlisi per a la millora operacional.

5. LOGÍSTICA INVERSA. En la gestió empresarial actual, el cicle invers de la mercaderia adquireix cada dia més importància a conseqüència d'un consumidor més exigent i unes normatives que persegueixen millorar la sostenibilitat del nostre planeta. Per aquest motiu la tasca que es durà en l'empresa que plantegem seguirà un procés productiu molt pautat.

Tenir definits d'una manera adequada els fluxos de la logística inversa és un factor bàsic per a garantir el servei al client i la responsabilitat social de l'empresa. En els processos relacionats amb les devolucions, l'empresa com que manté un feedback constant amb els consumidors mitjançant les xarxes socials, qualsevol devolució que s'hagi de fer es tramitarà via xarxes socials, en persona o via correu electrònic. Tot i que es posaran tots els mitjans necessaris per a minimitzar el nombre de devolucions a través de, per exemple, controls de qualitat que dificultin l'accés de productes defectuosos al mercat, millores en els envasos i embalatges, i qualssevol altres que acostin a l'empresa a un nivell zero de devolucions.

8.3. Polítiques de producte, producció

Com ja hem especificat anteriorment volem fer un producte que sigui un paraigua de plàstic amb un disseny particular, realitzat per persones amb problemes de salut mental.

A banda, aquesta seria la idea inicial però a poc a poc volem anar ampliant l'oferta i crear una gamma de productes aïllants de l'aigua com per exemple, botes d'aigua i impermeables, tot seguint la idea d'elaborar un disseny realitzat per persones amb salut mental.

El procés productiu es realitzarà en un taller, i el procés consta de les següents fases;

1. Compra del producte al proveïdor → es durà a terme la compra de paraigües d'un color llis per poder pintar a sobre. Es compraran diversos exemplars, depenent de les vendes.
2. Disseny del producte en el taller → Es durà a terme el disseny en el taller per part dels treballadors de l'empresa, on també s'empaquetarà per poder vendre.
3. Venda i distribució del producte → Es posarà a la venda a la botiga/gues i també es farà arribar als domicilis o on el consumidor desitgi.

La finalitat de l'empresa és poder vendre els paraigües per d'aquesta manera crear una sensibilització en la comunitat i a la vegada, donar una oportunitat laboral a les persones amb salut mental que així ho desitgin.

El sistema productiu que es fa per obtenir el producte final s'exposa amb més detall en el punt 9, al Pla de Producció.

8.4. Polítiques de comunicació i publicitat

Segons Mora Ticó, P (2007) un procés de comunicació ha de ser coherent, eficaç, estratègic i, persuasiu.

Una política de comunicació és nom del projecte, que és igual que el logotip de tots els productes que es fabricaran, serà així, ja que l'empresa també es vol comprometre a trencar l'estigma que hi ha sobre les persones que pateixen una malaltia mental, i d'aquesta manera implicar-se en realitzar un canvi de visió de la societat en general i, a la vegada, empoderant a les persones que ho pateixen. Trencant estigmes i fent adonar a la població que són persones vàlides per treballar, que son conscient de les seves capacitats i limitacions, que poden conviure amb la resta de persones, i d'altres creences que estigmatitzen a les persones amb salut mental, i que a la mateixa vegada afecten la identitat de la persona que ho pateix i creen un auto estigma perjudicial per al seu desenvolupament psíquic. Tenim l'objectiu de fer visible al col·lectiu i de generar un aprenentatge social versus la malaltia mental.

El fet de realitzar paraigües publicitaris per a les empreses, a banda de ser un mètode de generació de beneficis, també serveix per donar visibilitat a l'empresa, ja que els productes encara que tinguin el logotip de l'empresa que contracta els serveis sempre portarà el logotip d'Em Rellisca, ja que un dels objectius principals de l'empresa és afavorir l'erradicació de l'estigma envers la salut mental.

Per exemple, una empresa com Hunter que fabrica botes d'aigua entre altres productes, doncs si està interessada podria comprar a la nostra empresa el disseny de paraigües que després podria regalar als seus clients, o fins i tot, vendre'ls.

La publicitat es durà a terme per poder presentar la informació dels productes als consumidors i d'aquesta manera augmentar la demanda i permetre una diferenciació del producte.

Augmentant d'aquesta manera les vendes, creant valor, posicionament, en definitiva, fent un lloc en el mercat.

La publicitat en un entorn físic

Per dur a terme aquest tipus de promoció l'empresa estarà present en fires, grans magatzems, concerts benèfics, curses, entre altres actes que puguin donar visibilitat al producte afavorint la seva compra.

Per tal d'incentivar les vendes, quan es faci una compra en aquest entorn físic es regalarà una visita a les instal·lacions del taller perquè les persones puguin veure quin és el procés que es treballa i quins són els valors i principis de l'empresa. D'aquesta manera pensem que s'afavorirà a la creació de valor i és una eina de publicitat.

Durant aquests esdeveniments es repartiran tríptics amb l'oferta de productes i els preus, així com la localització de la botiga i la pàgina web.

La publicitat a través dels mitjans de comunicació

Es publicaran anuncis en revistes, diaris, ràdio i, xarxes socials. Pensem que pot ser de gran ajuda fer promoció en els medis digitals per poder interactuar amb els consumidors, crear consciència de marca i promocions per donar-nos a conèixer.

També es crearà una pàgina d'Instagram i Facebook on sortirà l'enllaç per a comprar els nostres productes, en aquests espais es penjarà contingut del procés de realització, dissenys acabats, empaquetatge, idees de regal, etcètera.

La publicitat a les xarxes socials

L'empresa està disposada a posar-se en contacte amb persones que tinguin molts seguidors a Instagram per tal de demanar si poden fer promoció dels productes que es fabriquen, així com fer arribar als seguidors la pàgina web de l'empresa perquè coneguin la història. Pensem que seria de gran interès tant per ells com per nosaltres, ja que a ells els aporta una dosis d'humanitat i que la gent vegi que estan interessats i col·laboren amb iniciatives socials, i a l'empresa li

aporta nous consumidors que redueixen l'estigma sobre la salut mental i aporten beneficis a l'empresa.

Aquesta política de comunicació està orientada a diversos objectius;

- Promoure i difondre l'empresa
- Incrementar la notorietat entre el públic objectiu
- Sensibilitzar
- Denunciar i reivindicar les capacitats de les persones amb salut mental.

9. PLA DE PRODUCCIÓ

9.1. Procés de producció.

El procés de producció dels paraigües dins del projecte Em rellisca es compondrà dels passos següents:

1. Pluja d'idees. En primer lloc es demanarà a l'equip creatiu que dissenyi i exposi diversos dissenys els quals seran presentats davant d'altres components de l'equip i s'escollirà el disseny més creatiu i adient per ser estampat als paraigües. Els dissenys sempre s'escolliran en equip i serà una decisió conjunta de manera que tothom tingui veu i opinió dins de tots els passos del procés productiu. El punt important de la pluja d'idees, com ja s'ha comentat al llarg del projecte, és que tots els dissenys siguin en contra de l'estigma envers la salut mental i siguin dissenys inclusius que afavoreixin la bona recepció per part dels futurs compradors del producte.

2. Disposició del material. Un cop escollit el disseny definitiu que s'estamparà als paraigües, s'han d'escollir els materials necessaris per poder dur-ho a terme. Aquest procés serà realitzat pels components del grup i treballadors/es, ja que són ells i elles els que s'encarregaran del procés d'estampació.

3. Procés d'estampació. Un cop s'ha escollit el disseny i es disposa del material necessari, es passarà a la fase d'estampació. En aquest punt els treballadors i treballadores es trobaran realitzant les seves tasques de forma autònoma, ja que

un dels punts del projecte és fomentar l'autonomia i l'autorealització de les persones. Sempre hi haurà un monitor o monitora durant tot el procés en forma de suport per tal de supervisar i recolzar en cas que sigui necessari i algun treballador/a o demani. És un dels punts de tot el procés productiu més importants, ja que és el moment de total autorealització dels treballadors/es i de reconeixement de la seva feina, ja que veure el resultat d'un treball ben fet, valora molt més la feina feta i l'esforç empleat. És un moment de completa autogestió i suport entre companys i companyes a l'hora d'elaborar els paraigües.

4. Procés d'empaquetament. En aquest moment del procés de producció, els treballadors i treballadores s'encarregaran d'empaquetar els productes finals. Es farà una tria entre els diversos tipus de paraigües per empaquetar-los segons les seves característiques: paraigües grans, petits, amb fons negre o fons blanc. Un cop dividits i empaquetats, passarem a la fase de distribució.

5. Distribució del producte. Un cop feta la pluja d'idees, tenir el material escollit, fet el procés d'estampació i continuadament l'empaquetament, toca distribuir el producte. Es seleccionarà els paraigües en funció d'on aniran destinats. Una part dels paraigües es quedaran a la botiga o punt de venda física i altres que es derivaran a diferents canals de distribució que facilitaran l'arribada del nostre producte a un públic molt més ampli.

6. Actualització de les xarxes socials. Un cop finalitzat tot el procés de producció i distribució dels paraigües, passem a les xarxes socials. S'actualitzaran constantment i es pujaran fotos del producte final, del procés de producció dels materials, etcètera, per tal d'arribar més a la gent i que s'evidenciï el treball fet pels treballadors i treballadores. També és una gran porta de visualització per arribar a un públic més jove i on els membres que formen part del projecte puguin veure reflectit el seu treball final i veure les repercussions positives que tenen d'una forma més directe. Dins de les xarxes socials també es faran sorteigs on els seguidors i seguidores hauran de participar etiquetant a altres persones dins de les nostres xarxes socials de tal forma que el projecte arribarà a més públic a través dels sorteigs. També es col·laborarà amb persones influents amb un gran

nombre de seguidors de tal forma que anunciïn el nostre producte i el donin a conèixer.

7. Botiga o punt de venda. Quan els paraigües arribin a la botiga Em Rellisca el primer pas a fer serà diferenciar i marcar els paraigües amb els seus preus segons les seves característiques. Un cop marcats els paraigües, es passarà a registrar la quantitat de productes amb els seus preus corresponents a la base de dades que es tindrà per poder fer per poder fer el seguiment financer i comptable de l'activitat. També serà un eix important dins del procés dels treballadors i treballadores, ja que és en aquest moment en el qual es veurà de forma directa els beneficis obtinguts per la feina que hauran fet ells íntegrament.

9.2. Recursos necessaris.

Recursos materials:

- Paraigües base (en negre i en blanc).
- Pintures per a tèxtil.
- Pinzells diferents mides.
- Retoladors permanents.
- Fulls en blanc.
- Llapis.
- Goma.
- Colors.
- Plantilles de diferents dissenys.
- Purpurina.
- Vernís per envernissar.
- Ordinador.
- 5 taules.
- 20 cadires.
- Caixes per empaquetar els productes.
- Cinta adhesiva.
- Adhesius amb el logotip d'Em Rellisca.
- Bosses.

Recursos espacials:

- Lloguer d'una sala/espai/taller amb botiga.

Altres recursos:

- Pàgina Web amb domini propi.
- Internet.
- Xarxes socials.
- Paquet de Microsoft Office (Word, Excel, Power Point, Outlook i Acces).

9.3. Proveïdors

9.3.1. Matèries primeres

Per a poder realitzar el procés productiu, comprarem els paraigües d'un color llis al proveïdor **ELECCIOBELLA**.

A banda, tot el material necessari per a l'estampació (pintures, pinzells, retoladors, fulls en blanc, llapis, goma, colors, purpurina, vernís, caixes per empaquetar, cinta adhesiva, etcètera) seran adquirides a l'empresa **Makro** a través del seu catàleg web.

Els adhesius amb el logotip d'Em Rellisca seran adquirits a l'empresa **Camaloon.es** a través de la seva pàgina web.

Les bosses estampades amb el logotip d'Em Rellisca, caixes per empaquetar, cinta adhesiva i paper per embolicar regals seran adquirits a **Retif Sant Boi**.

9.3.2. Subministres elèctrics, aigua i internet

Pel que fa al subministrament d'aigua serà Aigües de Barcelona, Empresa Metropolitana de Gestió del Cicle Integral de l'Aigua S.A. l'empresa encarregada de subministrar l'aigua necessària per al desenvolupament de l'activitat productiva de la cooperativa Em Rellisca.

En referència a la llum, contractarem una tarifa de negoci amb Endesa. I per tenir internet, contractarem mitjançant Movistar la Fibra Óptima Empresas 600 Mb per 44,63 euros al mes.

9.3.3. Mobiliari

Pel que fa al mobiliari d'oficina es necessitaran per començar cinc taules grans de treball que es compraran a IKEA per un preu de 81 € cada una i vint cadires per 7 euros cadascuna. I en aquesta mateixa botiga es comprarà una estanteria modular per fer l'exposició de productes ja acabats a la botiga.

A banda es comprarà un ordinador portàtil (Acer Apire 3 A317-51K-30Z9, de 17,3") a Media Mark per un preu de 499 euros.

9.4. Gestió de la qualitat

Els principis de la gestió de qualitat tenen com a finalitat dirigir i orientar a l'organització a aconseguir els objectius plantejats.

Em Rellisca comptarà amb la certificació de la Norma de Qualidad ISO (Organización Internacional para la Estandarización) 9001:2015, la qual està enfocada als clients i als treballadors. Aquesta norma ens ajudarà a millorar la imatge de l'empresa, la gestió de la informació i les relacions amb els proveïdors. A la vegada beneficiarà a l'empresa en qüestions com el tracte amb el client, a la gestió de l'activitat i farà que s'incrementi la participació i el compromís del personal de l'empresa.

L'empresa també comptarà amb la norma ISO 14001:2015 de Gestió del medi ambient. Aquesta norma evitarà que es posin multes o sancions per infracció de les normes del medi ambient, millorarà la imatge de l'empresa, disminuirà els accidents laborals i garantirà que es compleixen totes les legislacions vigents en matèria de medi ambient.

Altrament, també e certificarà la norma ISO OSHAS 18001:2007, per la Gestió de la seguretat i la salut en el treball. Aquesta certificació proporcionarà una bona imatge de l'empresa, evitarà que es posin multes per infracció de les normes vigents en aquesta matèria, disminuirà els riscos i els accidents laborals, millorarà les relacions internes i la satisfacció dels treballadors.

I en darrer lloc, la norma ISO 26000:2010 que certificarà la Gestió de responsabilitat social. Aquesta norma millora la relació amb altres empreses, governs, mitjans de comunicació, proveïdors, clients i la societat que compon l'entorn de l'empresa.

10. PLA D'ORGANITZACIÓ

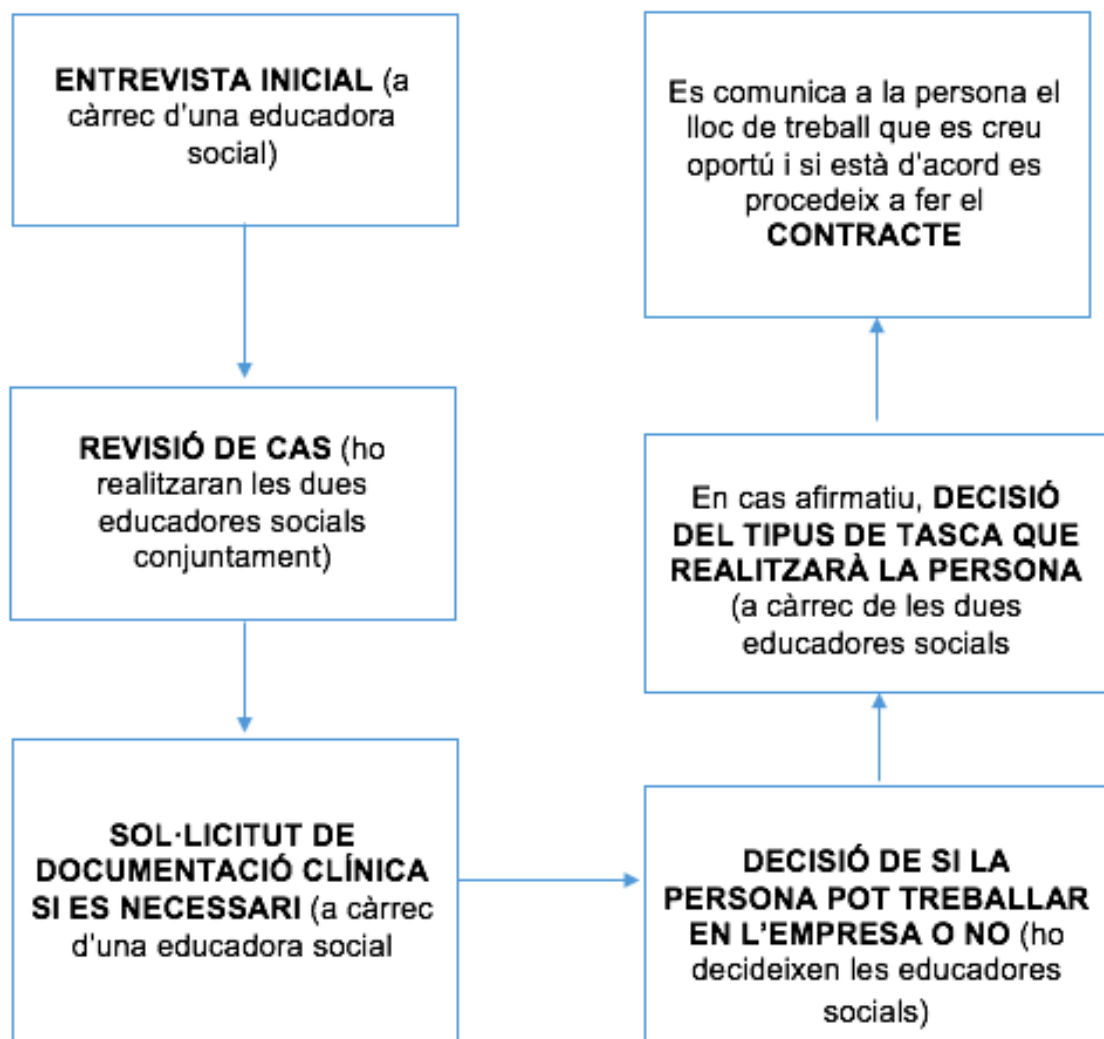
En aquest apartat definirem de quina manera s'organitzarà l'empresa per poder aconseguir els objectius plantejats.

En primer lloc, es destaca que els treballadors de l'empresa hauran de tenir entre 18 i 65 anys i, hauran d'estar en una situació d'equilibri en la malaltia mental per tal d'evitar riscos per a la persona i per als altres.

Quant a l'organització dels recursos humans, les persones que vulguin formar part de l'empresa hauran de fer una entrevista inicial amb una educadora social que serà la persona de referència, aportant informació sobre la seva malaltia avalada per informes mèdics, per tal de conèixer exactament quina és la situació mental en la qual es troba en el moment d'acudir a la visita. Posteriorment, les dues educadores socials passaran el procés de selecció de personal i decidiran quina feina pot realitzar segons l'estat actual de la malaltia mental i les necessitats de la persona. Si fos necessari, es demanaria un informe al/la treballador/a social i/o psiquiatre on ens expliquessin també quin perfil de treball veuen més adequat per segons la persona que sigui per així tenir més opinions d'altres professionals i poder oferir un lloc de treball més adequat i precís per a la persona.

A continuació es presenta un esquema sobre les diverses fases que es seguiran per contractar a una persona;

10.1. Pla d'Acollida



Definim una empresa en la qual els treballadors estaran o hauran estat ingressats en un Hospital de Dia i/o Servei de Rehabilitació Comunitària, per poder assegurar que la persona té voluntat de tractament i ha seguit un procés terapèutic abans de començar a treballar.

Quant al pla d'organització previst quan l'empresa ja estigui en funcionament es realitzarà mitjançant una metodologia basada en l'organització i la definició de les tasques dels treballadors de manera específica.

Amb això ens referim al fet que cada persona que entri a formar part de l'empresa tindrà unes tasques molt concretes que haurà de complir, sempre adequades a la realitat i pactades amb la persona per evitar malentesos i frustracions.

A banda, utilitzarem també una organització que permeti crear un clima de confiança i respecte. Cada persona treballadora tindrà una educadora de referència per poder solucionar tots els dubtes que sorgeixin i a la vegada, serà la persona referent davant de qualsevol assumpte. Aquesta organització de treball ens servirà perquè les persones sentin que tenen un espai de diàleg i d'aquesta manera es generi un vincle entre professional i usuari amb tots els aspectes positius que això comporta.

També es realitzaran reunions entre professional i usuari que es duran a terme una vegada al mes, tot i que aquestes es poden fer més sovint en el cas que el treballador o la referent ho cregui convenient.

En línia amb l'expressat anteriorment, trobem que és molt important el fet de poder introduir l'empresa dins de la xarxa de salut mental, per això pensem que hem de realitzar una primera aproximació als recursos proporcionant informació sobre l'empresa i sobre els serveis que ofereix aquesta.

Per tal que la xarxa de serveis de salut mental ens conegui, pensem que una bona manera seria formar part de la cartera d'activitats dels recursos que estiguin interessats, és a dir, oferir als usuaris d'alguns recursos de salut mental un taller gestionat per a la nostra empresa que formi part del procés terapèutic dels usuaris.

D'aquesta manera, pensem que podríem veure quines són les persones interessades a poder treballar amb nosaltres i quina és la viabilitat de l'empresa. I a la vegada, també podríem tenir una idea que quines són aquelles persones que pensem que seria interessant que poguessin formar part de l'empresa ja sigui pel nivell d'expressió artística o pels trets caracterials de la persona.

10.2. Organigrama

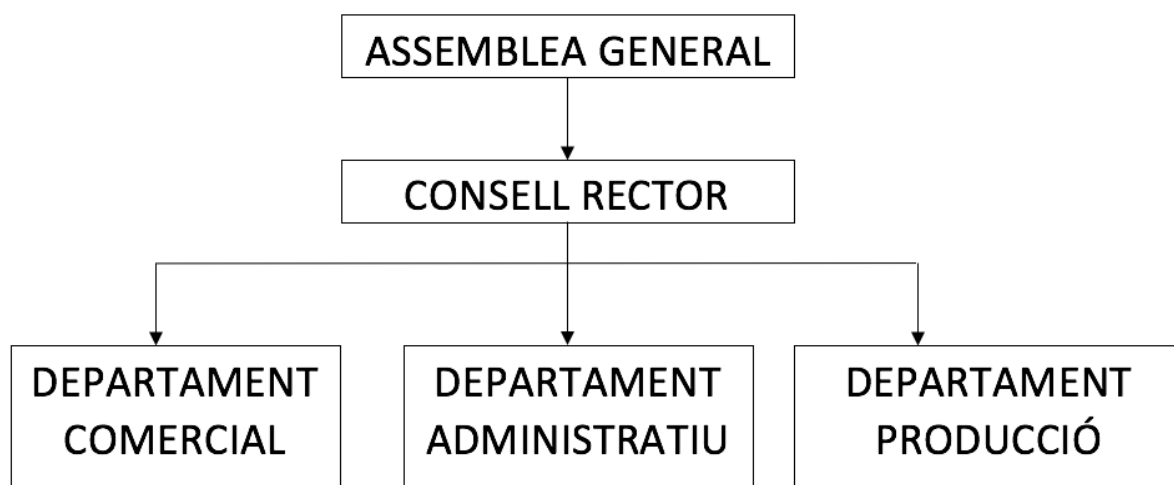
Colomer i Espinalet, A (1997) en la guia per a l'elaboració del pla d'empresa d'una cooperativa de treball associat exposa que l'organigrama posa les bases que regularan les relacions entre socis de la cooperativa, ja que reflecteix gràficament les persones, les seves funcions i tasques, i les relacions internes entre elles.

Els òrgans socials que dirigeixen una cooperativa de Treball Associat i que ha de tenir són;

- Assemblée General: Constituïda per dues sòcies.
- Consell Rector: Òrgan de representació i govern de la Cooperativa. Es compondrà com a mínim de tres persones. A una Cooperativa amb tres socis, el Consell Rector coincidirà amb l'Assemblée General.

També s'ha de triar un president i un secretari. Si s'escau es pot escollir un gerent perquè dirigeixi la Cooperativa, que en aquest cas serà un soci.

Per tant, l'organigrama de la Cooperativa de Treball Associat de "Em Rellisca" serà el següent;



Font: Colomer i Espinalet, A (1997), *Guia per a l'elaboració del pla d'empresa d'una cooperativa de treball associat*. Barcelona, España. Edita CP'AC (Centre de Promoció i Gestió d'Iniciatives d'Autocupació Juvenil de Catalunya).

10.2.1. Funcions i responsabilitats de cada departament

Assemblea general: L'Assemblea General és, en termes de la Llei de Cooperatives, la reunió dels socis constituïda per deliberar i adoptar acords sobre aquells assumptes que, legalment o estatutàriament, siguin de la seva competència, vinculant les decisions adoptades a tots els socis de la Cooperativa. (Iuris Bilbao Asociados, 2015). L'Assemblea de l'empresa Em Rellisca estarà constituïda per l'Andrea Rodríguez i la Rosa Manyoses.

Consell Rector: El Consell Rector és l'òrgan de la Cooperativa que la governarà, la gestionarà i la representarà a la societat corporativa i també és un òrgan que ha d'actuar sempre sense anar en contra de Llei o dels Estatuts de la Societat i seguint les directrius fixades per l'Assemblea General i els acords que aquesta adopti en l'ús de la seva competència. (Cooperactívate, 2019).

El Consell Rector pot estar format per dos membres, sense necessitat de constituir cap altre òrgan, i compareixeran tots dos socis en el tràmit d'audiència. Les aportacions de cada soci al capital social no podran sobrepassar el 50% d'aquest, i si es roman més de cinc anys únicament amb dos socis, haurà de realitzar-se dotació addicional a la reserva obligatòria del 2,5% de la xifra de negoci.

En cas de liquidació, aquesta podrà encomanar-se a una o dues sòcies.

Per tant, el consell rector estarà format per les dues sòcies.

Departament comercial: en aquest departament el que es farà és desenvolupar tot un conjunt d'activitats destinades a fer arribar als consumidors els paraigües que es dissenyin en l'empresa.

Departament administratiu: S'encarregarà de rebre les factures dels proveïdors i emetre les factures als clients. També emet les nòmines, administra els recursos humans i financers que té l'empresa.

Departament de producció: Seran les persones encarregades de fer el disseny dels productes, repartir-lo, vendre'l, tenir en compte els punts de venda en línia. És el departament encarregat dels aprovisionaments, del procés de disseny, d'empaquetar els productes acabats, de l'emmagatzematge i del control de qualitat.

10.3. Descripcions del Lloc de Treball (DLT)

Dissenyador/a: La funció que es porta a terme en aquest lloc de treball és la de realitzar els dissenys dels dibuixos dels estampats que posteriorment es plasmaran en els productes.

Pintor/a: En aquest lloc de treball es du a terme la funció de plasmar els dissenys dels dibuixos en els productes que fan els dissenyadors.

Atenció al client: En aquest lloc de treball s'atenen totes les demandes dels clients. Les funcions específiques són l'atenció telefònica, l'atenció dels missatges que arriben per la pàgina web, el tràmit dels suggeriments i queixes dels clients, i el servei postvenda dels productes venuts.

Venedor/a: En aquest lloc de treball les tasques que es realitzen són les de vendre els productes que l'empresa produeix als clients que arribin a la botiga física. Una altra funció d'aquest lloc de treball és la de gestionar totes les comandes que arribin per la pàgina web de l'empresa, és a dir, tindrà l'encàrrec d'anotar tots aquells productes que s'han venut i fer-los arribar al repartidor amb la direcció del client.

Repartidor/a: Aquest lloc de treball té la funció de fer arribar els productes que es venen a la direcció que els clients demanen mitjançant la furgoneta, sempre que sigui dins l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Quan no es tracti d'aquesta zona geogràfica haurà de fer arribar el producte a l'empresa que faci possible l'enviament.

Supervisor/a: La persona que es trobi en aquest lloc de treball tindrà la funció de revisar totes les propostes de disseny que es realitzin i d'aprovar aquelles que vegi adequades. Serà la persona referent per tots aquells dubtes que sorgeixin en els diferents llocs de treball, i també controlarà el compliment dels horaris de tots els treballadors.

Tècnic comptable: En aquest lloc de treball es realitzaran operacions comercials, es gestionarà l'inventari, es durà a terme la facturació, es faran les conciliacions bancàries, s'elaboraran els informes comptables, es duran a terme projectes financers, farà les nòmines de l'empresa i es prepararan les declaracions fiscals.

Responsable de compres: Per fer una descripció del lloc de treball hem de dir que la persona responsable de compres serà aquella que s'encarregui d'anar a comprar als proveïdors tot el material necessari per poder dur a terme l'activitat empresarial. Aquest lloc de treball també té la funció de tenir un control de l'estoc que es té en tot moment, i d'assegurar que no hi ha problemes de subministrament dels materials necessaris per poder desenvolupar les activitats amb normalitat. Alhora, també ajudarà al repartidor a distribuir els productes en el cas que sigui necessari.

Neteja: La persona encarregada d'aquest lloc de treball serà encarregada de fer la neteja del taller, així com de tots els utensilis que es fan servir per a la creació dels productes. També tindrà la tasca de netejar la botiga que està junt amb el taller. Aquestes tasques es realitzaran un cop al dia quan l'activitat laboral de producció i venda hagi finalitzat.

Empaquetador/a: Com bé indica el seu nom en aquest lloc de treball es du a terme la funció d'empaquetar aquells productes que estiguin finalitzats. En aquest lloc de treball també hi ha la funció d'ordenar en el magatzem o en la botiga tots aquells productes que estiguin finalitzats. A banda també tindrà la tasca de preparar aquelles comandes que requereixin un paquet amb més d'un producte.

Monitor/a: S'encarregarà de fer la supervisió del procés productiu dels productes. També farà l'acollida de les noves persones que s'uneixen al projecte, sent aquesta la persona que expliqui i ensenyi el lloc de treball i les funcions que la persona haurà de dur a terme durant el procés productiu.

11. PLA JURÍDIC-FISCAL

Forma jurídica: Cooperativa de treball associat.

Nom del servei: Em Rellisca Coop.

11.1. Tràmits administratius

Segons la Generalitat de Catalunya, els tràmits necessaris per a constituir una cooperativa són els següents; (Generalitat de Catalunya, s.d)

1. Sol·licitud de certificació negativa de denominació social

Aquest tràmit serveix per Identificar el tipus de forma jurídica i la societat en concret. És un certificat que acredita que no hi ha cap altra societat inscrita al registre corresponent amb la mateixa denominació de la cooperativa que s'està constituint.

2. Redacció dels estatuts

La llei de cooperatives estableix el contingut mínim dels estatuts socials (Llei 12/2015, del 9 de Juliol, de cooperatives, art. 16)

- a) La denominació de la societat.
- b) El domicili social.
- c) L'objecte social.
- d) L'àmbit territorial de l'activitat cooperativa principal.
- e) Els diversos tipus de socis.

- f) Les normes de disciplina social i la tipificació de les faltes i les sancions, tenint en compte el que estableix l'article 36.
- g) El capital social mínim de la cooperativa i la determinació de l'aportació obligatòria mínima inicial dels diversos tipus de socis, establint si les aportacions al capital social poden donar interès.
- h) La regulació del dret de reemborsament de les aportacions dels socis al capital social i al règim de transmissió d'aquestes.
- i) En el cas de les cooperatives de primer grau que no són de treball associat i de les cooperatives de segon grau, quan reconeixen com a socis de treball als treballadors que ho sol·licitin, els mòduls d'equivalència per a assegurar la participació equilibrada i equitativa en les obligacions i els drets socials, tant polítics com econòmics.
- j) Els criteris d'aplicació de resultats, amb la determinació dels percentatges dels excedents que s'han de destinar als fons socials obligatoris.
- k) La forma i el termini per a convocar l'assemblea general, i també el règim d'adopció dels acords.
- l) L'estructura, el règim d'actuació, el nomenament i remoció dels òrgans socials d'administració que tinguin caràcter obligatori i dels òrgans facultatius previstos.

Hem elaborat uns estatuts de societat cooperativa d'Em Rellisca. Es troben adjunts als annexos d'aquest treball

3. Celebració de l'Assemblea Constitutiva

Reunió de tots els socis i les sòcies de la cooperativa que decideixen formalment crear una cooperativa i fan constar en acta els acords, que han d'estar signats per totes les persones que assisteixen a l'esmentada Assemblea Constitutiva.

4. Escriptura pública de constitució

Tots els socis i les sòcies constituents signen l'escriptura pública de constitució davant del notari. L'escriptura pública de les cooperatives d'iniciativa social i de

les cooperatives sense ànim de lucre han d'incloure la manifestació expressa dels fundadors conforme compleixen els requisits legals per a tenir aquesta condició. D'acord amb la disposició addicional cinquena de la Llei 12/2015, del 9 de Juliol es pot sol·licitar la reducció en les despeses notariales.

5. Sol·licitud del CIF

Una vegada el notari lliura una còpia simple de l'escriptura de constitució de la societat, el pas següent és dirigir-se a l'Agència Tributària per a obtenir el codi d'identificació fiscal (CIF), mitjançant l'imprès 036. Inicialment, l'Agència Tributària ens lliurarà un CIF provisional fins que la societat estigui inscrita en el Registre de Cooperatives.

6. Liquidació de l'impost de transmissions patrimonials (ITP) i actes jurídics documentals (AJD)

És un impost de naturalesa directa que grava, entre altres, les operacions de constitució de les societats, però les cooperatives protegides (és a dir les que s'ajustin a la Llei de cooperatives i per tant, en el moment de la constitució són totes) estan exemptes. (Llei 20/1990, de 19 de Desembre, de règim fiscal de cooperatives, art. 33.1).

Malgrat estar exemptes, s'ha de sol·licitar a l'Oficina Liquidadora del Departament de la Vicepresidència, Economia i Hisenda l'exempció de l'impost de transmissions patrimonials i actes jurídics documentals amb la presentació dels documents següents:

- L'escriptura de constitució (original i còpia).
- L'imprès 600 indicant en el quadre "Exempt o subjecte bonificat" el codi "215" (règim fiscal de cooperatives).
- El CIF de la cooperativa.

7. Inscripció al Registre de Cooperatives

Una vegada efectuats aquests passos, si es tracta de la constitució d'una cooperativa s'ha d'inscriure en la Delegació Territorial del Registre de Cooperatives corresponent al seu domicili social. I si es tracta d'una cooperativa

de segon grau la inscripció correspon al Registre Central de Cooperatives de Catalunya.

La documentació que cal presentar al Registre és la següent:

- L'escriptura pública de constitució autèntica.
- L'autoliquidació del ITP i del AJD.
- El codi d'identificació fiscal (CIF).
- La sol·licitud de qualificació i d'inscripció al registre de cooperatives.

El Registre, en un termini de 3 mesos, ha d'emetre una resolució després d'haver fet la qualificació jurídica dels documents. Si no hi ha resolució expressa del Registre en el termini esmentat, la sol·licitud s'ha d'entendre estimada per silenci positiu.

Una vegada la cooperativa estigui inscrita en el Registre, cal sol·licitar el CIF definitiu a l'Agència Tributària corresponent: a partir d'aquest moment ja es pot operar com a societat cooperativa sense les paraules "en constitució". En aquest cas s'utilitzarà el model 036 indicant en l'apartat "sol·licitud de NIF definitiu, disposant de NIF provisional."

8. Alta Impost d'Activitats Econòmiques

Per a operar al mercat i per a iniciar l'activitat empresarial, cal donar-se d'alta en aquest impost. La declaració d'alta es presenta a Hisenda o a l'ajuntament del municipi on es durà a terme l'activitat principal.

Actualment, s'eximeix del pagament dels 2 primers períodes impositius de l'IAE els que inicien la seva activitat. Així mateix, estan exemptes les cooperatives que tinguin un volum d'operacions inferiors a 1 milió d'euros anuals. A més, les cooperatives tenen una bonificació de fins al 95% de la quota després dels exercicis en què es gaudeix de l'exempció, a conseqüència del que estableix la Llei 20/1990, de 19 de desembre, de règim fiscal de cooperatives.

9. Alta Seguretat Social

Es tracta d'un acte administratiu pel qual la Tresoreria General de la Seguretat Social assigna a l'empresari un número (Codi de Compte de Cotització) que identifica i controla les seves obligacions davant el sistema de la Seguretat Social. La sol·licitud es realitzarà en el model TA.6.

Al codi de compte de cotització (CCC) principal es vincularan tots els altres que es puguin assignar a un empresari. L'empresari ha de sol·licitar un CCC (model TA.7) en cadascuna de les províncies on desenvolupi la seva activitat, així com en aquells casos on sigui necessària la identificació de col·lectius de treballadors amb peculiaritats de cotització.

Tant els socis treballadors com els socis de treball s'han d'inscriure obligatòriament en la Seguretat Social.

Els socis que treballen en les cooperatives de treball associat poden acollir-se tant al règim general de la Seguretat Social com al règim especial de treballadors autònoms. Aquesta opció s'ha de definir en els estatuts socials i serà aplicable a tots els socis treballadors. Els socis de les cooperatives que no són de treball associat han d'estar donats d'alta forçosament en el règim general de la Seguretat Social.

11.2. Impostos

Els impostos que una cooperativa de treball associat ha de cobrir a l'hora de començar la seva activitat laboral són els següents:

1. *Impost sobre societats.* És un impost el qual recau sobre els beneficis que generi la pròpia societat cooperativa.
2. *Impost sobre valor afegit.* IVA impost que recau sobre el preu final del producte.

3. *IRPF*. L'impost sobre la renda és l'impost que recau sobre les persones físiques o jurídiques.

11.3. Possibles ajudes i subvencions públiques

L'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB) treu una convocatòria d'ajuts a noves activitats econòmiques i projectes en l'àmbit de l'economia cooperativa, social i solidària (ECSS) en el 2020. La sol·licitud a aquesta convocatòria s'ha de fer entre el 20 de febrer del 2020 i el 1 d'abril del 2020. Degut a les incidències i com a mesura contra la Covid-19, la presentació de sol·licituds queda anul·lada fins a nou avís.

- La sol·licitud d'ajuts a noves activitats econòmiques i projectes d'ECSS està adjuntada a annexos d'aquest treball.

Caixa Bank ofereix ajudes a autònoms i tot tipus d'empreses. A causa del Covid-19, no podem accedir-hi a més informació, ja que han ajornat dates d'inscripció a les ajudes.

12. PLA ECONÒMIC FINANCER

12.1. Pla d'inversions inicials

CONCEPTE	IMPORT
Immobilitzat material	4.700 €
Local (Dipòsit dos mesos)	1.200 €
Instal·lacions	500 €
Elements de transport	1.000 €
Mobiliari	500 €
Equips i aplicacions informàtiques	1.500 €
Immobilitzat immaterial	2.268 €
Marques i patents	268 €
Despeses constitució	2.000 €
Existències	2.500 €
TOTAL	9.468 €

12.2. Pla de finançament

CONCEPTE	IMPORT
Estalvis personals	5.000 €
Préstecs o crèdits bancaris	6.000 €
Subvenció Ajuntament de Barcelona	1.200 €
TOTAL	12.200 €

12.3. Previsió de tresoreria

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE
Vendes	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€	6.900€	6.900€	6.900€	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€
Subvencions	1.200€											
Total Cobraments	12.700€	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€	6.900€	6.900€	6.900€	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€
Compres	2.500€	2.500€	2.500€	2.500€	2.500€	1.500€	1.500€	1.500€	2.500€	2.500€	2.500€	2.500€
Personal	3.800€	3.800€	3.800€	3.800€	3.800€	3.800€	7.600€	3.800€	3.800€	3.800€	3.800€	7.600€
Seguretat social	893€	893€	893€	893€	893€	893€	1.786€	893€	893€	893€	893€	1.786€
Lloguer	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€
Reparacions	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€
Transports	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€
Assegurances	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€
Subministraments	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€
Tributs	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€
Liquidació IVA	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€	1.648€
Quotes préstec	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€
Total pagaments	10.391€	10.391€	10.391€	10.391€	10.391€	9.491€	14.184€	9.491€	10.391€	10.391€	10.391€	14.184€
Saldo mes	2.309€	1.109€	1.109€	1.109€	1.109€	-2.591€	-7.284€	-2.591€	1.109€	1.109€	1.109€	2.684€
Saldo acumulat	2.309€	3.418€	4.527€	5.636€	6.745€	4.154€	-3.130€	-5721€	-4.612€	-3.503€	-2.394€	290€

12.4. Compte de resultats

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE
Ingressos vendes	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€	6.900€	6.900€	6.900€	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€
Subvenció	1.200€											
Cost de vendes	12.700€	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€	6.900€	6.900€	6.900€	11.500€	11.500€	11.500€	11.500€
Mercaderies	2.500€	2.500€	2.500€	2.500€	2.500€	1.500€	1.500 €	1.500€	2.500€	2.500€	2.500€	2.500€
Subministres	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€	150€
Llum	70€	70€	70€	70€	70€	70€	70€	70€	70€	70€	70€	70€
Aigua	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€
Telèfon + internet	50€	50€	50€	50€	50€	50€	50€	50€	50€	50€	50€	50€
Despeses personal	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€	5.479,18€
Sous i salaris	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€	4.433€
Seguretat Social	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€	1.046,18€
Altres despeses d'explotació	920€	920€	920€	920€	920€	920€	920€	920€	920€	920€	920€	920€
Lloguer	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€
Reparacions	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€
Transport	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€
Assegurances	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€	100€
Tributs	20€	20€	20€	20€	20€	20€	20€	20€	20€	20€	20€	20€
Marge d'explotació	3.650,82 €	2.450,82€	2.450,82€	2.450,82€	2.450,82€	-1.149,18 €	-1.149,18 €	-1.149,18 €	2.450,82€	2.450,82€	2.450,82€	2.450,82€
Amortització	35€	35€	35€	35€	35€	35€	35€	35€	35€	35€	35€	35€
Resultat d'explotació	3.615,82 €	2415,82 €	2415,82 €	2415,82 €	2415,82 €	-1.184,18 €	-1.184,18 €	-1.184,18 €	2415,82 €	2415,82 €	2415,82 €	2415,82 €

Despeses financeres	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€	30€
Resultat abans d'impostos	3.585,82 €	2.385,82€	2.385,82€	2.385,82€	2.385,82€	-1214,18 €	-1214,18 €	-1214,18 €	2.385,82€	2.385,82€	2.385,82€	2.385,82€
Impost sobre beneficis	896,45 €	596,45€	596,45€	596,45€	596,45€	-303,54€	-303,54€	-303,54€	596,45€	596,45€	596,45€	596,45€
BENEFICI NET	2.689,37€	1.789,37€	1.789,37€	1.789,37€	1.789,37€	-910,64€	-910,64€	-910,64€	1.789,37€	1.789,37€	1.789,37€	1.789,37€

12.5. Balanç de situació provisional

ESTRUCTURA ECONÒMICA		ESTRUCTURA FINANCERA	
ACTIU NO CORRENT		PATRIMONI NET	
Immobilitzat material	4.700 €	Capital social	5.000 €
Immobilitzat immaterial	2.268 €	Subvencions	1.200 €
ACTIU CORRENT		PASSIU NO CORRENT	
Existències	2.500 €	Proveïdors	2.268 €
Bancs	5.000 €		
		PASSIU CORRENT	
		DEUTES A CURT TERMINI	6.000 €
TOTAL ACTIU	14.468 €	TOTAL PASSIU I PAT.NET	14.468 €

12.6. Punt d'equilibri

El punt d'equilibri = $\text{Costos fixos} / (\text{Preu} - \text{Costos Variables})$

Costos fixos $\rightarrow 150$ (subministres) + 5474,18 (personal) + 920 (Altres despeses explotació) + 35 (Amortització) = **6.584,18 €**

Costos variables $\rightarrow 3,30$ € (paraigües llis) + 1,70 (despeses material estampació) = **5 €**

Preu $\rightarrow$ **23 €** la unitat

Per tant, el punt d'equilibri seran 366 paraigües, a partir d'aquest nombre d'unitats l'empresa començarà a tenir beneficis, per sota tindrà pèrdues i si en produeix més maximitzarà els seus beneficis.

13. PLA AVALUATIU

L'avaluació es durà a terme en quatre fases, una primera que serà l'avaluació del disseny del projecte i programes, en segon lloc una avaluació de la implementació, posteriorment una avaluació dels resultats i per últim, una avaluació final d'impacte.

A continuació detallem quins són els aspectes a avaluar en cada fase del pla avaluatiu i, quina rúbrica d'avaluació utilitzarem per realitzar-la.

Per tant, es durà a terme una avaluació inicial, una avaluació de seguiment, una avaluació dels resultats obtinguts i una avaluació final d'impacte per tal de poder veure quins han estat els resultats obtinguts i d'aquesta manera extreure conclusions que permetin realitzar millores.

13.1. Avaluació del disseny del projecte

Aspectes a avaluar:

1. Detecció d'una necessitat social no coberta.
2. Definició d'un projecte concret per donar cobertura a la necessitat detectada.
3. Redacció d'objectius assequibles i que donin resolució a les necessitats detectades.
4. Estratègies de futura implementació dins del projecte.
5. Establiment d'un fet diferenciador dins del projecte que el faci únic.
6. Xarxa de contacte amb diferents recursos.
7. Atenció directa amb els/les components del projecte.

RÚBRICA D'AVALUACIÓ DEL DISSENY DEL PROJECTE I PROGRAMES

ÍTEMS	GRAU D'ASSOLIMENT				OBSERVACIONS
	ASSOLIMENT EXCEL·LENT	ASSOLIMENT NOTABLE	ASSOLIMENT SATISFACTORI	NO ASSOLIMENT	
1. La necessitat detectada és coherent i respon a una necessitat social no coberta.					
2. La redacció del projecte dóna cobertura a la necessitat detectada.					
3. La redacció dels objectius és clara i respon a objectius assequibles.					
4. Les estratègies d'intervenció són adequades a les necessitats i col·lectiu.					
5. El projecte és innovador i creatiu.					
6. El projecte disposa d'una xarxa de contactes definits.					
7. L'atenció directe amb les persones participants és un punt clau en la redacció del projecte.					

13.2. Avaluació de la implementació

Aspectes a avaluar:

1. Assoliment dels objectius prèviament redactats.
2. Objectius amb una correcta orientació cap a la finalitat del projecte.
3. Detecció dels punts forts i punts febles del projecte.
4. Intervenció coherent amb el projecte.
5. Ajudes i subvencions públiques adients al projecte Em Rellisca.
6. Diferenciació tasques a realitzar dins del projecte.
7. Definició dels diferents llocs de treball.
8. Recursos necessaris.
9. Nivell d'assoliment de les competències marcades.

RÚBRICA D'AVALUACIÓ DE LA IMPLEMENTACIÓ					
ÍTEMS	GRAU D'ASSOLIMENT				OBSERVACIONS
	ASSOLIMENT EXCEL·LENT	ASSOLIMENT NOTABLE	ASSOLIMENT SATISFACTORI	NO ASSOLIMENT	
1. Els objectius han estat assolits.					
2. Objectius coherents amb la finalitat del projecte.					
3. Els punts forts i punts febles s'han pogut detectar.					
4. Les intervencions han sigut adients amb el projecte.					
5. S'han cercat ajudes i subvencions per el finançament del projecte.					
6. Es diferencien les tasques que desenvolupa cada persona dins del projecte.					
7. Cada treballador/a te clar quines són les tasques a desenvolupar.					
8. Es defineixen de manera estructurada i coherent els recursos necessaris.					
9. Les competències marcades al llarg del projecte han estat assolides.					

13.3. Avaluació dels resultats

Aspectes a avaluar:

1. Reconeixement dels punts forts i febles del projecte.
2. Incorporació de noves competències que facilitin la bona continuïtat del projecte.
3. Reforçament dels punts forts.
4. Donar solucions als punts febles.
5. Valoració crítica i objectiva del desenvolupament del projecte.
6. Participació activa per part dels components del projecte.

RÚBRICA D'AVUACIÓ DELS RESULTATS					
ÍTEMS	GRAU D'ASSOLIMENT				OBSERVACIONS
	ASSOLIMENT EXCEL·LENT	ASSOLIMENT NOTABLE	ASSOLIMENT SATISFACTORI	NO ASSOLIMENT	
1. S'han pogut detectar els punts forts i febles del projecte.					
2. S'han afegit noves competències que facilitin la bona continuïtat del projecte.					
3. Els punts forts han estat detectats i reforçats.					
4. S'han donat solucions per als punts febles.					
5. S'ha fet una bona valoració del projecte, des d'una visió crítica i objectiva.					
6. Hi ha hagut una participació activa dins del projecte.					

13.4. Avaluació final d'impacte

Aspectes a avaluar:

1. Valoració de la repercussió del projecte sobre la vida laboral de les persones components del projecte.
2. Avaluació dels indicadors.
3. Èxits i fracassos dins de l'elaboració del projecte.
4. Futurs reptes a aconseguir.
5. Analitzar els resultats obtinguts.

RÚBRICA D'AVALUACIÓ FINAL DE L'IMPACTE					
ÍTEMS	GRAU D'ASSOLIMENT				OBSERVACIONS
	ASSOLIMENT EXCEL·LENT	ASSOLIMENT NOTABLE	ASSOLIMENT SATISFACTORI	NO ASSOLIMENT	
1. S'ha pogut detectar una clara repercussió del projecte.					
2. S'ha dut a terme una correcta avaluació dels indicadors.					
3. Bona detecció d'èxits i fracassos envers la realització del projecte.					
4. Redacció de futurs reptes a aconseguir.					
5. S'han analitzat de forma crítica els resultats obtinguts durant tot el procediment.					

14. BIBLIOGRAFIA

- ACAT, Asociación Chilena de Arte Terapia (2006). *¿Qué es el Arte Terapia?*. Recuperat a <https://www.arteterapiachile.cl/arte-terapia-1>.
- American Art Therapy Association (2005). *About art therapy*. Recuperat a <https://arttherapy.org/about-art-therapy/>
- Colomer i Espinalet, A (1997), *Guia per a l'elaboració del pla d'empresa d'una cooperativa de treball associat*. Barcelona, España. Edita CP'AC (Centre de Promoció i Gestió d'Iniciatives d'Autocupació Juvenil de Catalunya).
- Confederació Empresarial Espanyola de l'Economia Social, CEPES (2017). *Empresas relevantes de la Economía Social. CEPES. Análisis del impacto socioeconómico de los valores y principios de la economía social en España*. Recuperat a <https://www.cepes.es/social/ranking>
- Cooperactíivate, construye tu sueño (2019). *¿Cómo funciona internamente una cooperativa? El consejo rector*. Recuperat a <https://cooperactivate.org/como-funciona-internamente-de-una-cooperativa-el-consejo-rector/>.
- Crocker, J., Major, B., y Steele, C. (1998). Social Stigma. En D.T. Gilbert, S.T Fiske y G. Lindzey (Eds.): *The Handbook of social psychology* (4^a edición, pp. 504-553). New York: McGraw-Hill.
- Del Río, R. (2011). *Tema 3. Prejuicio y estereotipo. Pedagogia de la Diversidad*. Recuperat a <https://eduso.files.wordpress.com/2008/06/tema-31-diversidad.pdf>
- Estela Raffino, María (06/12/2019). *Concepto de conciencia social. Concepto.de*. Recuperat a <https://concepto.de/conciencia-social/>.

- Fancourt, D., Saoirse, F. (2019). What is the evidence on the role of the arts in improving Health and well-being?. *World Health Organization Regional Office for Europe* (67).
- Fundación Adecco (2019). *Visión de Diversidad e Inclusión en la empresa. Tendencias de D&I de 2019*. Recuperat de: <https://fundacionadecco.org/diversidad-empresa-inclusion/>
- Fundación ONCE (sense data). *Empleo y formación*. Recuperat a <https://www.fundaciononce.es/es/pagina/empleo-y-formacion>
- García, Q (2016). *Características de la RSC. Mans Unides ONG contra la pobreza en el mundo*. Recuperat a <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/caracteristicas-rsc>
- Generalitat de Catalunya (s.d). *Empreses d'Inserció (EI)*. *Gencat.cat*. Recuperat a <https://treball.gencat.cat/ca/ambits/insercio-laboral-rmi-i-discapacitat/empreses-insercio/>
- Generalitat de Catalunya (gencat.cat). (19/11/2003). DECRET 277/2003, de 4 de novembre, de funcionament i competència del Registre administratiu d'empreses d'inserció de Catalunya. Portal Jurídic de Catalunya. Organisme emissor: Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme. Núm. del document: 227/2003. Data del document: 04/11/2003. Data de publicació: 19/11/2003. DOGC núm 2013. Recuperat a https://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&mode=single&documentId=313699&language=ca_ES
- Goffman, E. (1963). *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

- González Gabaldon, B. (1999). *Los estereotipos como factor de socialización en el género*. Dialnet. Comunicar 12, pp 79-88.
- Grupo Cavala (2018). *Qué es la RSC y en que se diferencia de la RSE*. Responsabilidad Social Corporativa. Recuperat a <http://responsabilidad-social-corporativa.com/que-es-la-rsc-y-diferencia-con-la-rse/>
- Inluyeme. *Conoce la importancia del empleo para las personas con discapacidad intelectual*. Inluyeme.com. Recuperat de: <https://www.inluyeme.com/conoce-la-importancia-del-empleo-para-las-personas-con-discapacidad-intelectual/>
- Institut Obert de Catalunya (2018). *Logística d'emmagatzematge*. Recuperat a https://ioc.xtec.cat/materials/FP/Materials/CM_S_COM/COM_CM_S_M06/web/html/index.html
- Institut Nacional d'Estadística (2019). *Cifras de población y censos demográficos*. Recuperat a https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981
- Iuris Bilbao Abogados (2015). *La asamblea general de una cooperativa*. Recuperat a <https://iurisbilbao.es/que-es-la-asamblea-general-de-una-cooperativa-abogados-bilbao/>
- La Fageda (2019). *Qui som*. Recuperat a <http://www.fageda.com/qui-som/>
- Ley 12/2015, 9 de julio, de cooperativas. Legislación Consolidada. Boletín oficial del Estado, Madrid, España, 8 de junio de 2017. BOE núm 106. Recuperat a <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-9140-consolidado.pdf>

- Link, B.G., y Phelan, J.C. (2001). *Conceptualizing stigma*. Annual Review of Sociology, 27, 363-385.
- Link, B.G., y Phelan, J.C. (2001). *Conceptualizing stigma*. Annual Review of Sociology, 27, 363-385.
- Moré i Mateu, M (2018). *Comunicació Suara. Suara 10 anys*. Recuperat a <https://www.youtube.com/watch?v=J6fk83NhiG4>
- Roset, D. i Farell, N. (2009), *Construint Empresa, Construint Cooperativa*, Barcelona, España. Suara Cooperativa.
- Ticó Mora, P. (2007). *Màrqueting i comunicació aplicats a les organitzacions socials*. Revista d'Educació Social. Núm. 37 (2007): Cap a un model de gestió eficaç en les organitzacions socials. p60-p100.
- Torrente i Riqué, Emili (1994). *Empreses amb participació dels treballadors: cooperatives i S.A.L.* Catalunya, Espanya. Generalitat de Catalunya, Departament de Treball, Institut per a la Promoció i la Formació de Cooperatives.
- Universidad Central de Venezuela (2012). *Efectos de un programa de arteterapia sobre la sintomatología clínica de pacientes con esquizofrenia*. Recuperat a https://www.researchgate.net/publication/275017546_Efectos_de_un_programa_de_Arteterapia_sobre_la_sintomatologia_clinica_de_pacientes_con_esquizofrenia

