



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

POSTGRAU EN ECONOMIA SOCIAL I SOLIDÀRIA

TREBALL FINAL

***Orienting: un espai de trobada entre professionals de la
docència, l'orientació laboral i el coaching***

NÚRIA PEIX ARQUÉ

Curs acadèmic 2019/2020

Data de presentació de la memòria:

Juliol 2020

TUTORA DEL TREBALL: Glòria Estapé-Dubreuil

RESUM EXECUTIU

Quin problema hem detectat

Actualment el mercat laboral es caracteritza per la precarietat i pel canvi constant, el que suposa haver de formar-se al llarg de la vida i adaptar-se a noves realitats per tal de no quedar-ne exclòs. En aquest sentit, es fa imprescindible la necessitat de professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching, que puguin orientar i acompanyar la població activa en l'adquisició de competències tècniques i transversals per a una millor integració laboral i social.

Paradoxalment, aquest col·lectiu de professionals tant necessaris també es troba sovint treballant en precari, ja que ho fa per projectes o bé com a freelance de forma poc estable.

D'altra banda, les empreses i centres formatius (sobretot de formació no reglada) i l'Administració Pública requereixen sovint d'aquests professionals, que no sempre són fàcils de localitzar, sobretot quan es requereix de perfils molt específics o especialitzats.

En què consisteix el negoci

La idea de negoci que es presenta a continuació consisteix en la creació d'una cooperativa dirigida sobretot a professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching, que ofereixi els recursos necessaris per a l'exercici de la seva professió facilitant-los, entre altres, el contacte amb les persones, empreses i entitats públiques o privades que requereixin dels seus serveis professionals.

En aquest sentit, la cooperativa donarà servei tant a les professionals, com a les empreses, Administració Pública i ciutadania, facilitant el contacte entre tots aquests agents d'un mateix territori que poden tenir necessitats complementàries; per tant, en aquest projecte el factor proximitat es valora com a clau per al coneixement i aprofitament dels recursos de l'entorn, tant humans com d'espais i serveis disponibles.

Per tal de fomentar aquest contacte i oferir els serveis a professionals, empreses, Administració Pública i ciutadania, es crearà un web que contindrà tota la informació i canalitzarà la gestió dels serveis, i que es complementarà amb altres serveis i projectes presencials.

Quines són les fonts d'ingressos

Els principals ingressos provindran de l'ús de serveis que oferirà la cooperativa mitjançant la pàgina web, així com de les quotes de les sòcies, ja siguin professionals (de la docència, orientació laboral o coaching), com empreses o Administració Pública. D'altra banda, la cooperativa també organitzarà altres activitats presencials que també seran una font d'ingressos.

Quina és la inversió a realitzar

Es necessita una inversió de 18.200€ per crear la pàgina web, promocionar-la i fer front a les despeses pròpies de la posada en marxa de la cooperativa.

Per què creiem que funcionarà

Perquè afecta un col·lectiu molt nombrós de professionals que es pot sentir identificat amb la missió, visió i valors de la cooperativa, així com trobar-hi tots aquells serveis que necessita per a l'exercici de la seva professió d'una forma més estable o menys precària.

Perquè la cooperativa tindrà un rol informatiu important amb informació que pot interessar a gran part de la població; concretament a tot aquell qui vulgui formar-se o bé rebre orientació professional i/o personal.

Perquè per les seves característiques, pot proveir de serveis necessaris tant a l'empresa privada com a l'Administració Pública.

Perquè per tot això, pot arribar a ser un punt de referència en temes de formació, orientació i coaching.

Per què una cooperativa per a aquesta idea de negoci

Perquè pensem que aquesta idea de negoci s'identifica amb els valors de l'Economia Social i Solidària, sobretot pel que fa a l'orientació a les necessitats humanes i al compromís amb la comunitat i el territori. Tanmateix, també s'uneix als principis d'equitat, treball, cooperació, compromís amb l'entorn i sostenibilitat ambiental.

Índex de continguts

RESUM EXECUTIU	1
A. INTRODUCCIÓ.....	5
B. LA IDEA DE NEGOCI	6
C. OBJECTIUS DE TREBALL	7
Objectiu general.....	7
Objectius específics.....	7
Objectius operatius	7
D. ABAST	8
E. METODOLOGIA DE TREBALL EMPRADA PER ARRIBAR ALS OBJECTIUS I RESULTATS OBTINGUTS 9	
Pas 1: Identificar els agents implicats	9
Pas 2: Detectar les necessitats a les que ha de donar resposta la cooperativa.....	9
Pas 3: Eines utilitzades per validar les necessitats i co-crear solucions.....	10
Pas 4: Anàlisi dels resultats obtinguts amb les accions realitzades	12
Pas 5: Elaboració del Canvas i del Canvas SCOPE.....	12
Pas 6: Redacció del Pla d'Empresa	12
Pas 7: Planificació del disseny de la pàgina web	12
F. REDACCIÓ DEL PLA D'EMPRESA	13
PRESENTACIÓ DEL PROJECTE	13
Proposta d'activitat: objecte social, productes, serveis i activitats que ofereix la cooperativa .	13
Missió, visió i valors.....	14
Impacte social.....	15
QUI SOM.....	16
Característiques de l'equip promotor	16
Motivació.....	16
PLA DE MÀRQUETING	17
Necessitats a les quals dóna resposta la cooperativa	17
Anàlisi sectorial	18
Promoció	21
Canal de distribució.....	21
PLA D'OPERACIONS I QUALITAT	22
Processos operatius principals	22
Anàlisi d'aliances	22

Qualitat.....	22
Prevenió de riscos laborals	23
Normativa mediambiental	23
PLA D'ORGANITZACIÓ I GESTIÓ.....	24
Proposta organitzativa	24
Gestió de les persones	25
PLA JURÍDIC I FISCAL.....	27
Forma jurídica i constitució.....	27
Permisos i llicències.....	27
Documentació oficial específica.....	27
Cobertura de riscos	28
PLA ECONÒMIC I FINANCER	29
Previsió de vendes.....	29
Preu	29
Pla d'inversions	30
Comptes de resultats a 5 anys	31
Sistema de pagaments i cobraments corrents.....	34
PLA D'ACCIÓ	35
Anàlisi de punts fortes i febles	35
Calendari de posada en marxa.....	37
Seguiment	37
G. PLANIFICACIÓ DEL DISSENY DE LA PÀGINA WEB	39
H. CONCLUSIONS	42
REFERÈNCIES	43
ANNEXOS.....	44
ANNEX 1: QÜESTIONARI ADMINISTRAT A LA POBLACIÓ ACTIVA	44
ANNEX 2: QÜESTIONARI DIRIGIT A DOCENTS I FORMADORES.....	46
ANNEX 3: RESULTATS OBTINGUTS ALS QÜESTIONARIS PER A LA VALIDACIÓ DE NECESSITATS.....	48
ANNEX 4: CANVAS SCOPE	52
ANNEX 5: CANVAS ELABORAT EN PAPER	53
ANNEX 6: CALENDARI DE LA POSADA EN MARXA, ACCIONS CRÍTiques I DEPENDÈNCIES ENTRE ELLES.....	56

A. INTRODUCCIÓ

Aquest treball es presenta com una guia per a la posada en marxa d'una idea de negoci en clau de cooperativa. S'hi explica detalladament quina és la idea, d'on va sorgir, les necessitats detectades i com es planteja la posada en marxa, amb l'objectiu principal de valorar la viabilitat de la idea de negoci.

Per aquest motiu, s'ha volgut exposar en paral·lel el desenvolupament de la idea pròpiament dita, però també els passos que cal realitzar per a l'estudi de la viabilitat de la mateixa. En aquest sentit, s'ha fet tota la preparació d'allò necessari per a poder validar les necessitats detectades i tenir un guió dels costos, beneficis i accions necessàries per a la posada en marxa, en cas que es vulgui dur a terme.

Són moltes les tasques que han quedat fora de l'abast d'aquest treball, però tanmateix el que es presenta proporciona la informació suficient per fer una valoració inicial de la viabilitat de la idea de negoci i tenir un punt de partida.

El treball s'estructura en 6 grans blocs:

- La idea de negoci
- Objectius de treball
- Abast
- Metodologia de treball emprada
- Redacció del pla d'empresa
- La pàgina web

El pla d'empresa ofereix una fotografia de la situació i visió actual del projecte, però en cas que es vulgui dur a la pràctica, caldrà revisar-lo i adaptar-lo a la situació del moment, ja que es tracta d'un document viu.

L'apartat de metodologia de treball emprada, inclou diverses eines que permetran un millor estudi de les necessitats dels col·lectius als quals es dirigeix la idea de negoci, així com una estructura i mètode que es poden replicar per a l'estudi de necessitats d'aquesta i d'altres idees de negoci.

Finalment, el projecte conté un bloc per explicar com hauria de ser el disseny de la pàgina web, ja que la idea de negoci es fonamenta en aquest recurs; és a dir, es tracta d'una idea amb un pes tecnològic important.

B. LA IDEA DE NEGOCI

El mercat laboral actual es caracteritza per la necessitat constant d'ajustar el perfil professional de la població activa a les necessitats reals de les empreses. Les noves tecnologies, la rapidesa dels canvis i una oferta formativa reglada més burocràtica que pragmàtica, han conduït a la necessitat imperant de formar-se al llarg i ample de la vida. Cal adquirir i actualitzar coneixements constantment, però també aquelles competències transversals necessàries per desenvolupar-se amb èxit als nous entorns laborals.

Actualment podem trobar al mercat una quantitat enorme d'oferta de cursos, empreses de formació, centres educatius, programes ocupacionals i administracions públiques que per a dur a terme la seva activitat fan una demanda important de docents de formació no reglada, coach i orientadors laborals que sovint treballen com a professionals autònoms de forma individual. En el cas dels coach, a més, poden tenir com a problema afegit el no disposar d'espais adequats on poder exercir la seva professió, ja que l'adquisició o lloguer fix d'espais físics suposa una despesa que no els surt rendible.

D'altra banda, tenim ciutadans que necessiten i volen formar-se però que sovint no disposen d'informació ni orientació a l'hora de triar el seu itinerari formatiu, o formació al llarg de la vida, i que també necessiten suport en el seu procés de recerca de feina i gestió del seu camí professional.

Finalment, existeixen multitud d'espais físics ja creats on es podrien desenvolupar accions formatives i d'atenció a les persones, però que passen desapercibuts: sales d'hotels, coworkings, centres formatius que no funcionen a ple rendiment, centres terapèutics, etc.

Per tot plegat, la iniciativa de negoci proposada en aquest projecte consisteix en crear un espai en clau de cooperativa que serveixi de punt de trobada d'aquests serveis amb els seus consumidors directes, i que al mateix temps faci de "paraigües" a les professionals de l'àmbit de la docència, l'orientació laboral i el coaching que actualment treballen com a freelance o bé en situació precària.

L'objectiu és poder-los dotar de tots aquells serveis que els poden nodrir professionalment: donar-se publicitat, trobar clients, enfortir-se com a col·lectiu, fer networking amb altres professionals afins amb qui poder compartir nous projectes, poder oferir els seus propis cursos o tallers dins l'espai de la cooperativa, etc. Recíprocament, les empreses de formació podran trobar-hi els docents que necessitin i la ciutadania podrà gaudir d'un cercador de formació de proximitat, així com assessorament personalitzat en el procés de tria de formació i d'orientació laboral, en cas que així ho sol·licitin. La llista de serveis i possibilitats és llarga, però cal explorar-la a fons. El que sí contempla el projecte des de l'inici és la creació d'una plataforma informàtica (web) on professionals, empreses, ciutadania i propietaris d'espais físics puguin trobar-se.

C. OBJECTIUS DE TREBALL

Objectiu general

1. Explorar la viabilitat de crear una cooperativa que doni resposta a les necessitats detectades entre els professionals (especialment freelance) de la docència, l'orientació laboral i el coaching, i que en promoció els seus serveis de manera que aquests reperqueixin en una millora del perfil professional de la població activa i de la competitivitat de les empreses.

Objectius específics

1. Recollir, documentar i exposar els passos duts a terme per a l'exploració de la viabilitat de la cooperativa.
2. Elaborar el pla d'empresa de la cooperativa.
3. Crear el disseny d'una plataforma virtual que serveixi d'eina per a fer viable la cooperativa.

Objectius operatius

1. Cercar entitats i empreses que es dediquen a activitats similars i afins per tal de conèixer la competència i/o possibles col·laboradors.
2. Definir la missió, visió i valors de l'empresa.
3. Establir contacte amb professionals freelance del sector de la docència, l'orientació i el coaching per tal d'identificar i validar les seves necessitats professionals, així com les solucions proposades.
4. Establir contacte amb empreses de formació per tal d'identificar les seves necessitats en relació a la cerca i selecció de professionals docents que puguin impartir els seus cursos, així com les solucions proposades.
5. Cercar i establir contacte amb professionals potencialment interessats en la creació de la cooperativa per tal d'establir-hi sinèrgies i possibles col·laboracions.
6. Co-crear solucions a les necessitats identificades tant amb els professionals freelance com amb les empreses.
7. Elaborar el Canvas de la idea de negoci i el Canvas SCOPE.
8. Dissenyar i temporalitzar les fases i tasques per a l'elaboració del projecte (mitjançant diagrama de Gantt).
9. Dissenyar l'estructura i funcionalitats que hauria de tenir la plataforma virtual, així com un primer esbós dels continguts.
10. Contactar amb professionals de la informàtica i del màrqueting digital que permetin obtenir un assessorament, tant en els requeriments tècnics i professionals, com del cost econòmic de la creació, manteniment i creixement de la plataforma virtual.
11. Dissenyar el pla financer necessari per dur a terme la cooperativa: inversió inicial, previsions de comptes de resultats a 3 anys vista (inclou previsió de preus) i finançament per la inversió inicial.

D. ABAST

Aquest treball ha de servir de guia per a la posada en marxa de la cooperativa. Per tant, abastarà tota aquella informació i treball necessaris que permetin identificar la viabilitat del projecte i la redacció del pla d'empresa, així com arribar a crear un esbós de la plataforma online (web) que haurà de tenir la cooperativa per fer efectius els seus serveis.

No forma part d'aquest treball la creació de la plataforma online ni tota la part efectiva de la posada en marxa de la cooperativa (certificació de denominació social, redacció d'estatuts, acta d'assemblea constituent, tràmits notarials i bancaris, registre de la cooperativa al Registre General de Cooperatives, alta a la Seguretat Social, campanyes publicitàries o de promoció de la cooperativa, etc.).

Un dels objectius que es pretenia en iniciar la realització del treball, era el contacte amb professionals que, potser en un futur, puguin acabar sent socis fundacionals de la cooperativa o socis col·laboradors. Per aquest motiu s'han creat totes les eines necessàries per al contacte amb professionals i entitats, però s'ha considerat adient fer els contactes justos per a una informació inicial orientativa, ja que s'ha vist que la difusió i publicitat de la idea de negoci genera expectatives entre les persones contactades que, en cas de no dur-se a terme en breu, pot suposar una manca de confiança en el projecte a posteriori.

Per aquest motiu, el treball finalment s'ha dirigit a plasmar la idea de negoci i a elaborar les eines i mecanismes per a l'avaluació de la seva viabilitat, però en cas de voler posar la idea en marxa caldrà seguir prèviament els passos descrits per a la validació de les necessitats detectades i per a la realització del networking adient.

D'altra banda, la redacció del treball es basa en la informació i contactes actuals de l'equip promotor, però el pla d'empresa és un document viu que haurà de desenvolupar-se i adaptar-se en funció de les persones que configuren l'equip promotor en el moment de la posada en marxa.

E. METODOLOGIA DE TREBALL EMPRADA PER ARRIBAR ALS OBJECTIUS I RESULTATS OBTINGUTS

Pas 1: Identificar els agents implicats

En primer lloc, s'ha fet un llistat per identificar els principals agents implicats en el projecte, que seran sobretot els clients als quals es dirigeix la cooperativa:

- Professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching.
- Empreses de formació
- Administració Pública
- Ciutadania en general, concretament persones en recerca de feina, formació, canvi professional, o interessades en un procés de coaching.

S'ha elaborat una llista de contactes que encaixin amb els perfils definits, per tal de tenir-los en compte tant en la validació de necessitats com per a la recerca de sòcies en el moment d'emprendre el projecte i/o formar-ne part.

Pas 2: Detectar les necessitats a les que ha de donar resposta la cooperativa

S'ha dissenyat una estratègia per a la detecció de les necessitats a les que ha de donar resposta la cooperativa, pensada en els diferents perfils de clients potencials als quals es dirigeix l'entitat.

➤ *Quines necessitats són el punt de partida:*

En primer lloc s'han definit unes sèrie d'hipòtesis de partida en relació a les necessitats de cada col·lectiu/segment de clients, que posteriorment s'han validat amb algunes persones, tot i que els resultats no són concloents.

Les hipòtesis i necessitats detectades s'exposen a [l'apartat E. Pla d'Empresa](#) d'aquest treball; els resultats obtinguts s'exposen a [l'Annex 3](#).

➤ *Com identificar i validar les necessitats a les que ha de donar resposta la cooperativa:*

Per tal de verificar que les necessitats hipotètiques de les quals partim són certes i identificar, si escau, altres necessitats, s'ha plantejat la següent metodologia de treball:

1. Crear un qüestionari/enquesta per tal de fer-lo arribar al màxim de professionals possible (docents de formació no reglada, orientadors i coach).
2. Contactar amb almenys 5 persones i/o entitats representatives de cada grup: professionals de la docència, l'orientació i el coaching i empreses de formació o entitats públiques o privades que ofereixin formació.
3. Fer-los entrevista de validació.
4. Organitzar grups de discussió presencials de mínim 5 persones que permetin acabar de validar les necessitats i co-crear solucions.

5. En el cas de la ciutadania, les empreses de formació i els espais de treball, elaborar un qüestionari/enquesta per a cada col·lectiu, fer-ne difusió per tal d'aconseguir el màxim de respostes possible, i avaluar-ne els resultats. S'ha elaborat l'enquesta dirigida a la ciutadania, que s'ha llançat i fet difusió a través de contactes personals.

Pas 3: Eines utilitzades per validar les necessitats i co-crear solucions

- S'han creat 2 **qüestionaris** que s'han distribuït a mode d'enquesta:
 - 1 dirigit a professionals de la docència, l'orientació i el coaching.
 - 1 dirigit a la ciutadania en general per detectar la necessitat i l'interès envers la formació, l'orientació i el coaching.
 Ambdós qüestionaris es poden trobar als [Annexos 1 i 2](#) d'aquest treball, respectivament.
- S'ha elaborat un guió per a una **breu entrevista de validació** de necessitats que complementa el qüestionari dirigit a professionals, amb les següents preguntes:

ENTREVISTA DE VALIDACIÓ DE NECESSITATS	
Professionals de la docència, l'orientació i el coaching	
Quan va ser l'última vegada que vas formar part d'una entitat que et representés professionalment (col·legi professional, associació, etc.)?	
Què et va agradar més? Per què?	
Què et va agradar menys? Per què?	
Creus que van resoldre les teves necessitats com a professional? Per què?	
En cas que mai n'hagis format part, per què has pres la decisió de no afiliar-te o associar-te?	
Què t'agrada de les entitats que representen un col·lectiu professional? Per què?	
Què no t'agrada de les entitats que representen un col·lectiu professional? Per què?	
D'allò que no t'agrada, has trobat una solució?	
<ul style="list-style-type: none"> • Estàs satisfet/a amb la solució trobada? Per què? • L'has aplicada? Per què? 	

Quadre 1: Entrevista de validació de necessitats (professionals)

- S'ha creat la dinàmica de treball per al **grup de discussió presencial** i s'ha elaborat una llista de persones a convidar. La dinàmica de treball seria la següent:

Què es farà:	GRUP DE DISCUSSIÓ PRESENCIAL
Qui hi participarà:	Orientadors/es laborals Formadors/es Coaches
Quantes persones:	Preferiblement, mínim 2 persones de cada col·lectiu i màxim 3.
Objectius, què s'espera aconseguir:	Validar les necessitats detectades. Validar la solució i cocrear-ne de noves Fer una primera mesura de l'interès que pot tenir el projecte en el

	col·lectiu.
Desenvolupament de la sessió:	Presentació de les persones participants. Presentació del projecte i de la sessió (què es farà): <ul style="list-style-type: none"> • quines necessitats s'han identificat, quines solucions es preveuen i quina és la proposta de valor del projecte. • Presentació del Canvas. Activitat 1: agrupar les persones participants per col·lectius (orientadores, formadores i coach); l'activitat consisteix en revisar el Canvas del projecte per afegir o treure aquells elements que com a col·lectiu considerin oportuns. Se'ls donarà <i>post-it</i> de colors per a què puguin fer els seus comentaris a cada apartat del Canvas. Activitat 2: posada en comú. Conclusions: opinions respecte al projecte, interès propi i opinió sobre l'interès general que pot tenir en el col·lectiu. Pica-pica de cloenda i networking.
Durada:	1,30-2 hores

Quadre 2: Grup de discussió presencial

La llista de possibles participants són contactes personals, però també es farà cerca activa a través de LinkedIn.

- S'ha elaborat el guió per a una breu **entrevista de validació dirigida a empreses de formació i entitats que ofereixen formació:**

ENTREVISTA DE VALIDACIÓ DE NECESSITATS
Empreses de formació i entitats que ofereixen formació
Quan va ser l'última vegada que vas haver de fer cerca d'un professional de la docència, l'orientació laboral o el coaching?
Com et vas trobar (ús de plataformes web, contactes, col·legis professionals...)?
Què et va ser més fàcil i útil? Per què?
Què et va costar més durant la cerca? Per què?
Què es el que més et va agradar de la cerca?
Creus que van resoldre les teves necessitats com a empresa/entitat? Per què?
D'allò que no t'agrada, has trobat una solució?
<ul style="list-style-type: none"> • Estàs satisfet/a amb la solució trobada? Per què? • L'has aplicada? Per què?
Et seria útil una plataforma web específica amb un cercador de professionals de la docència, l'orientació laboral o el coaching?
L'utilitzaries sovint? Per què?
Hi ha altres serveis que consideres que et serien útils en la cerca de professionals? Quins?

Quadre 3: Entrevista de validació de necessitats (empreses i entitats)

Pas 4: Anàlisi dels resultats obtinguts amb les accions realitzades

Malgrat que la previsió inicial era poder dur a terme totes les enquestes, entrevistes i grups de discussió, finalment s'ha considerat més adequat deixar aquest pas pels moments previs a la preparació de la posada en marxa de la cooperativa, un cop s'hagi decidit engegar el projecte; s'ha pres aquesta decisió perquè s'ha vist que s'han generat expectatives entre les persones contactades que poden jugar en contra del projecte si finalment no s'engega en breu.

Tanmateix, es deixen preparades les eines que s'han elaborat per tal d'utilitzar-les en el moment en el qual sigui adient i possible.

A l'[Annex 3](#) es mostren els resultats obtinguts als dos qüestionaris.

Pas 5: Elaboració del Canvas i del Canvas SCOPE

Per tal d'organitzar la informació i concretar més la idea de negoci, s'ha realitzat en primer lloc el Canvas SCOPE, ja que és més breu que el Canvas i permet recollir de forma senzilla les necessitats, objectius, accions i mètriques. Un cop identificats aquests elements, resulta més fàcil definir el propòsit del projecte.

A l'[Annex 4](#) es mostra el Canvas SCOPE que s'ha elaborat.

A continuació s'ha realitzat el Canvas seguint la metodologia creativa: en una cartolina i omplint post-it. Inicialment, aquest Canvas s'ha construït de forma individual per la promotora del projecte, però la intenció és que sigui un punt de partida, que estigui viu. S'ha creat també com a instrument per explicar la idea de negoci durant la sessió amb el grup de discussió amb professionals de l'orientació laboral, la docència i el coaching, i com a eina per poder seguir treballant en la idea (necessitats, serveis que ha d'oferir la cooperativa, etc.).

A l'[Annex 5](#) es mostren diverses fotografies del Canvas que s'ha elaborat en suport paper.

Pas 6: Redacció del Pla d'Empresa

Posteriorment s'ha iniciat la redacció del pla d'empresa, que ha permès la recerca d'informació per a l'anàlisi del mercat i elaborar el pla econòmic i financer, entre altres punts importants.

A l'[apartat E](#) d'aquest treball apareix redactat de forma íntegra el Pla d'Empresa.

Pas 7: Planificació del disseny de la pàgina web

Finalment s'ha fet una planificació sobre com hauria de ser la pàgina web que serà en sí mateixa l'instrument per oferir els serveis de la cooperativa. S'ha treballat en el disseny dels principals apartats, continguts i funcions que hauria de tenir.

Aquesta part apareix detallada a l'[apartat F](#) d'aquest treball.

F. REDACCIÓ DEL PLA D'EMPRESA

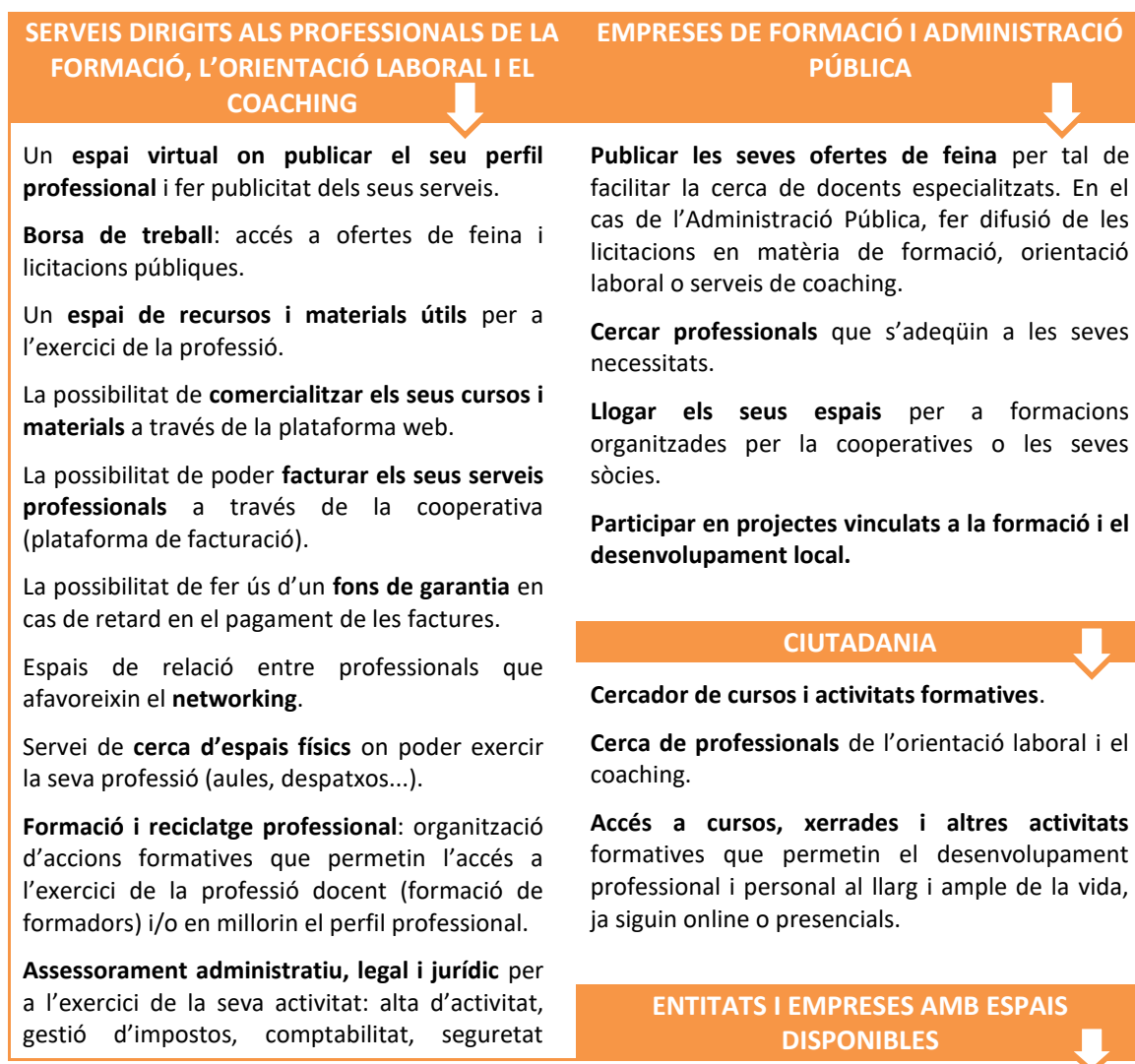
Per a la redacció del pla d'empresa s'ha utilitzat la *Guia per a l'elaboració del Pla d'empresa d'una cooperativa de treball en el sector de les TIC* (Aracoop, 2017).

PRESENTACIÓ DEL PROJECTE

Proposta d'activitat: objecte social, productes, serveis i activitats que ofereix la cooperativa

L'objecte social d'Orienting és acollir els professionals de la formació, l'orientació laboral i el coaching en un espai, sobretot virtual però també físic, on puguin obtenir els recursos necessaris per poder oferir i desenvolupar els seus serveis professionals, i que aquests serveis repercuteixin en la millora de la capacitat professional de les persones i la competitivitat de les empreses.

Per tal de promoure aquest objecte, els principals productes, serveis i activitats de la cooperativa seran els següents:



social, normatives legals per a poder exercir, llei de protecció de dades, codis deontològics, gestió d'impagaments, accés a licitacions de l'administració pública, drets d'autor, etc.

Assessorament en màrqueting professional: creació d'emblemes (logos), disseny de la imatge corporativa, disseny de pàgines web professionals, etc.

Qualsevol entitat que disposi de despatxos, aules i altres espais que puguin ser susceptibles de ser utilitzats per a l'exercici de la formació, l'orientació laboral o el coaching, podrà fer ús de la cooperativa per **llogar els seus espais als professionals** que així ho desitgin i promocionar els seus serveis complementaris a l'organització d'actes (per exemple, serveis de càtering, recepció, gestió de fotocòpies, etc.).

Podrien ser entitats i empreses amb espais disponibles, centres tants diversos com: coworkings, hotels, centres formatius, centres terapèutics, centres de benestar i bellesa, instal·lacions públiques, etc.

Quadre 4: Proposta d'activitat

El **principal producte** que crearà i gestionarà la cooperativa i que permetrà la gestió dels serveis serà una **pàgina web**, a l'[apartat F](#) es detalla el contingut i funcionalitats que haurà de tenir.

Ara bé, més enllà dels serveis que s'oferiran a través del web, la cooperativa s'enfoca a poder **gestionar a mig o llarg termini altres projectes tant virtuals com presencials** en la línia dels serveis exposats al *Quadre 4*. Estem pensant en la gestió de projectes d'ocupació, formació i empenedoria, que poden ser subvencionats per l'Administració Pública i/o entitats privades (programes d'orientació i inserció laboral, assessorament en empenedoria, etc.). També es preveu l'organització d'accions de formació presencial, tant subvencionades com de pagament. Això suposaria la possibilitat de comptar amb ingressos que permetrien un treball a jornada completa.

Missió, visió i valors

Missió

Acollir tots aquells professionals de l'àmbit de la formació, l'orientació laboral i acadèmica, i el coaching per tal de millorar les seves oportunitats laborals, i fer emergir el seu potencial professional dirigint-lo al creixement de les persones, les empreses i la societat en general.

Visió

Ser un punt de trobada i de referència que ofereixi resposta a les necessitats d'orientació, formació i acompanyament a les persones i empreses del territori d'abast.

Valors

Proximitat de servei: la cooperativa s'ha d'emmarcar en un territori d'abast concret, on les persones i empreses que en formin part puguin conèixer-les i utilitzar-ne els seus serveis.

Accessibilitat: ha de ser accessible tant per als professionals als quals es dirigeix, com per a les empreses i la població; això implica que ha de poder donar informació i resposta a tots ells de forma clara i transparent.

Qualitat i excel·lència: la qualitat professional dels serveis que s'hi ofereixin ha d'estar garantida.

Adaptabilitat: ha de tenir capacitat per adaptar-se als canvis de l'entorn i de les persones per tal de donar resposta a les noves necessitats que en puguin sorgir.

Desenvolupament: ha d'afavorir el desenvolupament de les persones, empreses, entitats i de l'entorn en el qual estigui ubicada i/o relacionada.

Impacte social

Aquest projecte es vincula directament al Desenvolupament Local i, per tant, vol incidir en un impacte social en els següents eixos i de la següent manera:

- Donar suport professional a formadors, orientadors laborals i coach suposa una millora qualitativa en el servei ofert per aquests professionals, així com una defensa envers la precarietat laboral que pateix aquest col·lectiu i les dificultats que pot tenir a l'hora d'exercir.
- D'altra banda, l'Administració Pública i les empreses, ja siguin de formació o no, necessiten d'aquests professionals; l'Administració Pública els necessita per fomentar la millora competencial de la població i afavorir la inserció laboral, mentre que l'empresa privada necessita formar els seus treballadors si vol ser més competitiva i oferir un millor servei.
- La ciutadania esdevé, així, el beneficiari final d'aquest engranatge; disposar de bons professionals que puguin orientar-la i acompanyar-la en la presa de decisions de la seva trajectòria professional i de formadors que l'ajudin a adquirir les competències necessàries, afavorirà la seva inserció laboral i social.
- Finalment, el projecte s'emmarca en un entorn concret que ja disposa de recursos materials i humans que caldrà tenir en compte i involucrar-los, com són per exemple els espais disponibles infrautilitzats i l'establiment de sinèrgies amb altres entitats complementàries del territori.



Figura 1: Representació gràfica de l'impacte social

QUI SOM

Característiques de l'equip promotor

L'equip promotor de moment està format per una persona provinent de l'àmbit de l'orientació laboral i el Desenvolupament Local que també ha exercit com a docent i s'ha format en Coaching. L'experiència laboral l'ha desenvolupat sobretot a l'Administració Pública, on ha treballat com a tècnica de projectes d'ocupació i ha pogut dissenyar projectes i coordinar grups de professionals per al Desenvolupament Local comarcal.

El projecte pretén obrir-se a altres professionals de l'àmbit de la docència, l'orientació professional i el Coaching que creguin en la seva missió i comparteixin visió i valors. També s'obre a altres professionals complementaris que puguin oferir algun dels serveis i activitats previstos (professionals de l'àmbit empresarial, el màrqueting, la informàtica, etc.).

La principal característica de la persona promotora és la transversalitat, el coneixement tant de l'orientació laboral, la docència i el Coaching, i de com aquestes disciplines s'entrellacen entre sí, així com de les necessitats que té el col·lectiu professional per a exercir en determinades situacions.

Motivació

La idea neix l'any 2012 en un moment de crisi econòmica i de situació d'atur, quan els projectes d'ocupació a l'Administració Pública es van veure frenats i minvats per la falta de pressupost. Molts professionals de l'orientació laboral i la formació es van veure afectats per la situació, quedant en una situació de precarietat important. Tot i que la situació no era nova - es tracta d'un col·lectiu que sempre ha treballat per projectes en funció de les subvencions-, aquell va ser un punt d'inflexió en la recerca de solucions alternatives.

D'altra banda, en aquell moment, la falta de projectes en polítiques actives d'ocupació suposava també una manca de recursos dirigits a la ciutadania en relació a oferta formativa i orientació, però al mateix temps el territori disposava d'espais i recursos infrautilitzats. Allò va conduir a pensar que hi podria haver alguna manera d'estimular els coneixements i recursos de les persones, que sumats als recursos disponibles de l'entorn podria suposar un creixement per al bé comú.

La falta de coneixements i de recursos per a la posada en marxa de la idea de negoci en aquell moment, va deixar la idea latent. Tots els anys següents la idea ha seguit vigent i s'hi han anat incorporant idees noves, serveis que es podrien oferir, respostes a noves necessitats detectades.

Aquest pla d'empresa recupera aquella idea de fa anys que s'ha anat alimentant a foc lent i posa negre sobre blanc el com fer-la possible i l'estimació dels recursos necessaris.

PLA DE MÀRQUETING

Necessitats a les quals dóna resposta la cooperativa

Aquest projecte pretén donar resposta a una sèrie de necessitats no resoltes entre els col·lectius de professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching, les empreses de formació no reglada, l'Administració Pública i la ciutadania, que dificulten o no propicien suficientment la capacitació professional de la població activa (persones en edat laboral).

Més concretament, les necessitats de les que parteix són les següents:

- **Els/les docents de formació no reglada i els/les professionals de coaching** solen treballar com a freelance (autònoms/es) i per hores o serveis; aquest tipus de relació laboral implica:
 - No disposar d'estabilitat laboral, treballant sovint en precarietat.
 - Haver d'estar constantment cercant nous clients.
 - Estar desprotegit davant dels impagaments o retards en el pagament de les factures (situació freqüent quan el client és l'Administració Pública).
 - Dificultats per poder facturar si no estan donats d'alta a la seguretat social i a hisenda.
 - En cas de baixa mèdica, no poder oferir el servei i/o haver de disposar d'un substitut/a disponible.
 - En el cas de treballar per l'Administració Pública, haver de disposar de coneixements sobre licitació i contractació pública.
 - Treballar en solitari, disposant només dels recursos d'un mateix/a.
 - Haver de gestionar tota la part administrativa de la seva feina professional: factures, IRPF, IVA, Seguretat Social i altres tràmits.
 - En alguns casos, sobretot els professionals en coaching, haver de buscar espais físics on poder atendre els seus clients i/o organitzar esdeveniments.
- Les **empreses de formació no reglada i les Administracions Públiques** que organitzen formació vinculada a l'ocupabilitat i la capacitació professional:
 - Sovint tenen dificultats per trobar professionals qualificats per a poder impartir-la.
 - Sovint no omplen els cursos que organitzen per manca de difusió i publicitat.
- Hi ha multitud d'**espais de titularitat pública i privada** disponibles que podrien ser d'utilitat per a l'exercici professional de docents, orientadors i coaches, però que no se'n treu profit per falta de publicitat o coneixement de la seva disponibilitat; és el cas de coworkings, sales d'hotels, despatxos i espais de treball en centres terapèutics o de benestar i bellesa, cases rurals, centres cívics, biblioteques, escoles d'adults i altres instal·lacions públiques, entre altres.
- La **població activa**, sobretot els majors de 30 anys, no aprofita suficientment els recursos formatius del seu entorn perquè:

- Desconeix l'oferta formativa disponible, de proximitat i a l'abast, tant gratuïta com de pagament.
- Desconeix quina formació és la més adient per al seu perfil professional que li suposi una millora real en les seves oportunitats laborals.
- No sempre té a l'abast l'oferta formativa adient, ja sigui per proximitat, disponibilitat horària o econòmica.
- Requereix de professionals de l'orientació i el coaching que els ajudin en la definició i consecució dels seus objectius professionals i vitals.
- No té especial interès en formar-se perquè considera que un cop ha iniciat a treballar la formació no és imprescindible per mantenir el lloc de treball.

Aquestes necessitats descrites són la hipòtesi des de la qual parteix el projecte, però caldrà validar-les abans de la posada en marxa de la idea de negoci mitjançant les eines exposades a l'[apartat D](#) d'aquest document.

D'altra banda, l'exercici de validació de necessitats ha de permetre el contacte amb altres professionals i entitats, afavorint el networking entre agents i l'obertura a participar al projecte.

Anàlisi sectorial

Associacions de professionals de la formació, l'orientació laboral i el coaching

Les associacions de professionals són entitats que donen resposta a necessitats que també es pretenen cobrir des del nostre projecte. Hem fet cerca de quines associacions i plataformes web existeixen, quins serveis ofereixen i quins pensem que no fan i serien viables a la nostra cooperativa.

ENTITAT	OFEREIXEN FORMACIÓ	TENEN CERCADOR DE PROFESSIONALS	ALTRES RECURSOS QUE OFEREIXEN	RECURSOS QUE NO OFEREIXEN
ASESCO http://www.asescoaching.org/	No, però acrediten programes formatius.	Sí (associats, 120€ any)	Acreditació com a coach; llibreria.	Cerca específica de formadors de coaching.
ICF España – ICF Global https://www.icf-es.com/mwsicf/	Sí i també certificacions professionals.	Sí (associats, 298€ any)	Entitat a nivell mundial, delegació espanyola. Fan conferències, webinars, etc.	Hi ha poca informació del perfil dels professionals.
AECOP https://aecop.net/	Sí i també certificacions professionals.	Sí, (associats, 130€ any)	Especialitzats en coaching executiu i organitzatiu; tenen paquets de serveis per a les empreses que s'associen.	No hi ha informació del perfil dels professionals, només dades de contacte.
ARACOACH http://www.aracoach.com/	Sí, fan activitats pels socis i mencionen	Sí (associats 50-90€ any)	Assegurança de responsabilitat civil a baix cost, codi	Limitats a Aragó.

	altres entitats que acrediten en coaching.		deontològic. Les empreses poden associar-se per 300€ any.	
AFOREN https://www.aforen.es/	No	Sí (associats, 99€ any). Els simpatitzants també tenen accés a les ofertes gratuïtament.	Assessorament als docents de formació per a l'ocupació, lluita per uns drets comuns, sistema d'avís d'ofertes i posicionament.	Formació per als professionals.
ASOCIACIÓN FORMA http://www.asociacionforma.org/	Sí	Estan treballant en la creació d'una borsa de treball.	Ofereixen una plataforma online als socis on publicar els seus cursos. Treballen en projectes com itineraris formatius per arribar a la població general.	Limitats a Navarra.
ASSOCIACIÓ CATALANA D'ORIENTACIÓ http://www.associacio.org/	No	No	Orientació laboral i educativa.	Borsa de treball, promoció dels socis, lluita pels seus drets, etc.

Quadre 5: Associacions de professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching

Portals i plataformes web relacionades

ENTITAT	OFEREIXEN FORMACIÓ	TENEN CERCADOR DE PROFESSIONALS	ALTRES RECURSOS QUE OFEREIXEN	RECURSOS QUE NO OFEREIXEN
Portaldelcoaching.com https://portaldelcoaching.com/	No, però hi ha cercador de centres formatius.	Sí	Vídeos, cites, bibliografia.	Pàgina ben posicionada no actualitzada; no hi ha esdeveniments publicats.
Buscatucoach.com https://www.buscatucoach.com/	Sí	Sí	Grup de facebook, esdeveniments, plataforma de continguts.	Web sudamericana, poca proximitat.
Wekab.com http://wekab.com/	No	Sí, i portal d'ofertes de formació.		Orientació, cercador de cursos.
Tusclasesparticulares.com https://www.tusclasesparticulares.com/	No	Sí, i portal d'ofertes de formació.		
Cercadors de formació:				
Totcursos.cat https://totcursos.cat/	No	No	Cercador de cursos i centres formatius de proximitat.	Especialitzats en Vallès Oriental i Osona.

Oficinadetreball.gencat.cat https://www.oficinadetreball.gencat.cat/socfuncions/CercadorCursosSimple.do	Sí	No	Cercador de certificats de professionalitat	Orientació laboral
Emagister www.emagister.com	Sí	No	Cercador de cursos de tot tipus, beques, comparadors de preus.	Orientació laboral

Quadre 6: Portals i plataformes web

Conclusions de la recerca

Hi ha varies associacions i plataformes web que ofereixen serveis molt similars al serveis i necessitats que nosaltres pretenem cobrir des del nostre projecte; ara bé, no existeix cap plataforma ni entitat que els aglutini a tots en un sol recurs, el que conseqüentment porta a pensar que **aquest projecte tindria nínxol de mercat.**

Cal destacar dues de les **associacions** que s'han trobat, AFOREN i ARACOACH; ambdues van destinades a professionals d'un sector concret, en el primer cas es dirigeix als docents de formació ocupacional (sobretot de la comunitat de Madrid), i en el segon, es dirigeix a les professionals del coaching de la comunitat d'Aragó. Els serveis que ofereixen són similars als previstos en aquest projecte i serveixen realment com a font d'inspiració. Per contra, l'ASSOCIACIÓ CATALANA D'ORIENTACIÓ veiem que no ofereix massa recursos als seus socis, per tant no ens serveix massa com a model ni tampoc pensem que pugui ser competència directa, si bé podria arribar a ser col·laboradora en algun moment.

En relació a les **plataformes web** trobades, Wekab.com ha estat una grata sorpresa i una competència interessant. Es tracta d'un web especialitzat en la intermediació d'ofertes dirigides exclusivament a professionals de la docència i la formació no reglada. Gaudeix d'una bona base de dades de professionals i també de moltes ofertes constantment actualitzades. D'altra banda, al Vallès Oriental i Osona existeix també el Totcursos.cat, que ofereix un cercador de cursos de proximitat. Tot i que no s'ha mencionat fins ara, aquest projecte està previst ubicar-lo inicialment a la comarca del Vallès Oriental i preveu incloure també un cercador de cursos de proximitat a la plataforma que es creï.

Arribat aquest punt, cal plantejar-nos: aquests recursos **són competència o possibles col·laboradors?** Si ho analitzem més a fons veurem que en el cas de les associacions poden ser possibles col·laboradors i/o fonts d'inspiració, mentre que les plataformes web són sens dubte una clara competència. És a dir, les associacions estan ubicades fora del nostre abast territorial inicial i, a més, tenen el nostre públic objectiu segmentat: una atén només a professionals del coaching i l'altra només a docents de formació ocupacional, però cap de les dues dona un servei holístic als dos perfils. En el nostre cas, oferir servei tant a docents, com a orientadores i coach és fonamental, ja que partim de la base que si a la formació li sumem una orientació prèvia i/o en paral·lel, o bé un acompanyament de coaching, aquesta multiplica exponencialment els seus efectes. D'altra banda,

també trobem que molts professionals de l'àmbit del coaching i l'orientació, també exerceixen com a docents.

Per tant, i en **conclusió**, l'anàlisi de mercat ha permès veure que ja existeixen recursos amb qui es podria establir contacte i col·laboració, i recursos que poden ser competència directa, però malgrat tot no n'hi ha cap que ofereixi el conjunt de serveis que pretén oferir aquest projecte.

Promoció

Per a la promoció de la cooperativa caldrà una campanya de màrqueting digital que permeti arribar sobretot als professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching, sense oblidar la resta de clients segmentats, com són les empreses de formació, l'Administració Pública i la ciutadania en general.

És important també disposar d'un CEO per poder posicionar la pàgina web i aconseguir el màxim tràfic possible (visites i clics als serveis), ja que un dels objectius és ser una entitat de referència per al públic objectiu. La voluntat del projecte és ser percebut com un servei de qualitat, accessible, transparent, àgil i útil. Un lloc on les professionals puguin recórrer i trobar resposta a les seves necessitats, on la informació sigui horitzontal i bidireccional; per a aquest motiu es posaran a disposició espais i eines on les usuàries del servei puguin valorar-lo i fer-hi les seves aportacions, suggeriments i propostes de millora.

D'altra banda, també es posarà en relleu comunicar que es tracta d'una entitat d'economia social i solidària, i que s'interrelacionarà amb altres entitats del mateix àmbit, com a tret diferencial.

Canal de distribució

El canal de distribució dels serveis que proveeix la cooperativa sempre serà directament amb la cooperativa, sense intermediaris.

Ara bé, per a alguns serveis concrets, com per exemple gestors administratius, serveis legals, informàtics o de màrqueting, es disposarà de professionals especialitzats que proveiran dels serveis concrets, ja sigui a través de la col·laboració directa amb la cooperativa o bé com a professionals recomanats.

PLA D'OPERACIONS I QUALITAT

Processos operatius principals

Tots els serveis que oferirà la cooperativa es podran trobar i gestionar al web; per tant, estem parlant d'un servei sobretot online. Es posarà a disposició del client un correu electrònic i un telèfon per a què es pugui contactar amb la cooperativa, ja sigui a través de trucada o whatsapp. D'altra banda, el web pot tenir també un servei de xat i un formulari on fer consultes, queixes i suggeriments.

Per al pagament de quotes i serveis, es podrà fer mitjançant domiciliació bancària o bé mitjançant passarel·les de pagament a través del web que permetin el cobrament amb targeta.

Tot i així, es preveu fer accions presencials, com per exemple xerrades, cursos, actes de networking o assessoraments personals de diversos tipus. En aquests casos caldrà cercar un espai físic idoni on fer-ho, el lloguer del qual caldrà pressupostar-lo en el servei concret.

Després de cada servei o bé de forma periòdica, el client o sòcia podrà valorar-lo a través de qüestionaris d'avaluació, que permetran una validació contínua dels serveis oferts.

Anàlisi d'aliances

Hi ha diverses entitats i empreses que són aliances potencials d'aquest projecte, com per exemple:

- Administracions Públiques: es tracta d'un web que dona servei a la ciutadania, oferint un cercador de cursos i de professionals de l'orientació i el coaching; per tant, és un suport important als serveis que ofereix l'Administració Pública en temes d'ocupació, formació i empenedoria, essent un bon aliat per a la col·laboració públic-privada.
- Empreses, centres formatius i escoles de Coaching: es poden establir aliances per oferir una publicitat mútua dels serveis, entre altres, ja que en moltes ocasions seran complementaris.
- Altres associacions o cooperatives de professionals afins als serveis que oferirà Orienting: entitats com el Col·legi de Psicòlegs o de Gestors Administratius o d'Advocats, etc., pot promocionar la cooperativa entre els seus associats, ja que aquests podran oferir els seus serveis professionals a les sòcies d'Orienting.

Qualitat

La qualitat és un punt cabdal d'aquest projecte; es pretén fornir la borsa de treball de perfils que estiguin qualificats per exercir professionalment, i que el web en permeti una cerca ràpida i eficaç. Això suposarà una millor gestió de les ofertes de treball, una atracció del talent i un major ús del servei per part de les empreses.

D'altra banda, la cooperativa també ha de ser capaç d'oferir serveis de qualitat a les seves sòcies: assessoraments adequats a les seves demandes, gestions administratives eficients, posar a disposició plataformes adequades per a la venda i gestió dels propis cursos, etc.

Prevenició de riscos laborals

En aquest projecte es contemplen com a riscos laborals els propis del treball amb pantalles, l'estrès i la fatiga mental i visual.

Normativa mediambiental

Es tracta d'un projecte que respecta el mediambient, ja que gran part dels serveis es duran a terme online, minimitzant el suport paper, els desplaçaments i la generació de residus.

A més, s'utilitzaran espais físics que ja estiguin disponibles per al seu ús dins el territori per tal de contribuir a la seva amortització, evitant així despeses innecessàries.

PLA D'ORGANITZACIÓ I GESTIÓ

Proposta organitzativa

Assignació d'encàrrecs

L'assignació d'encàrrecs es realitzarà quan es conegui la totalitat de sòcies fundadores i els seus perfils; l'assignació es farà en funció dels coneixements, habilitats i motivacions de cada sòcia, tenint en compte la responsabilitat i el temps de dedicació que això suposa.

En l'assignació d'encàrrecs es consideraran les següents funcions:

- Atenció al soci i al visitant.
- Supervisió del funcionament del web i actualització de continguts.
- Seguiment i control de les campanyes de màrqueting.
- Seguiment i control de la gestió administrativa i comptable (ingressos i costos, gestions bancàries, gestió d'impostos, liquiditat, gestió de la plataforma de facturació, etc.).
- Seguiment i coordinació de les professionals que proveiran de serveis a les sòcies i de coneixement a la cooperativa (assessores legals, de màrqueting, informàtiques, etc.).

L'assignació d'encàrrecs serà una manera de distribuir les tasques i funcions, però totes elles es posaran en comú cada cert temps per tal de compartir la informació sobre l'estat de cada tema.

D'altra banda, de forma conjunta es treballarà en:

- Disseny, organització i dinamització d'activitats presencials (xerrades, cursos, accions de networking, grups de treball entre professionals, etc.)
- Innovació i desenvolupament dels serveis oferts.
- Avaluació de la qualitat dels serveis i activitats.
- Les relacions externes amb altres entitats i el territori.

Es planteja també el suport extern per a aquelles tasques i funcions pels quals es detecti que no es disposa de suficient coneixement, com per exemple, serveis informàtics o de gestoria. També es planteja la possibilitat d'anar-se formant per tal d'anar adquirint aquests coneixements.

Participació

Tot i que la participació a l'entitat caldrà debatre-la i valorar-la amb el conjunt de sòcies fundadores, la previsió és que la cooperativa tindrà dos tipus de sòcies: les sòcies de serveis i les sòcies de treball.

El seguiment de la marxa de l'empresa i el major pes en les decisions corresponents el tindran les sòcies de treball, però això no exclou que les sòcies de serveis no puguin participar d'aquestes decisions, ans al contrari.

Per aquest motiu es preveuen assemblees i altres actes que permetin la posada en comú i la votació dels aspectes clau en la continuïtat i creixement de la cooperativa.

Incorporació

Durant els primers 3 anys es promourà sobretot l'entrada de sòcies de serveis, que seran el motor pel qual treballarà la cooperativa. Pel que fa a les sòcies de treball, tot dependrà de les necessitats que es detectin a cada moment, sense posar límit al nombre de sòcies.

També es deixa la porta oberta a incorporar sòcies col·laboradores, ja sigui amb aportacions econòmiques, amb col·laboracions puntuals en grups de treball, etc.

Gestió de les persones

Formació i acompanyament inicials

Pensem que és molt important l'acollida de les noves persones que entren a la cooperativa, tant si són sòcies de serveis com sòcies de treball.

A les sòcies de serveis caldrà explicar-los tots els serveis del que podran gaudir sent sòcies, aclarir-los dubtes i deixar la porta oberta a aquelles aportacions que puguin fer a l'entitat; també caldrà convidar-les a participar-hi activament, i transmetre'ls aquells valors que defensa la cooperativa.

A les sòcies de treball que s'incorporin més tard, caldrà explicar-los l'organigrama, l'organització i els valors de l'empresa, animant-les a participar activament en els projectes i decisions.

D'altra banda, la formació ha de ser una constant a la cooperativa. Un dels principals valors és l'excel·lència i la qualitat, i sabem que això passa per disposar d'una sèrie de competències, tant tècniques com transversals. La cooperativa ha de vetllar per oferir tots els recursos necessaris a les seves sòcies per a l'adquisició i millora de les pròpies competències. D'altra banda, es prioritzarà aquest valor en la selecció de sòcies de treball.

Remuneració i evolució professional

La remuneració també caldrà debatre-la entre les sòcies emprenedores i haurà d'ajustar-se a la realitat dels ingressos i beneficis. Es preveu que d'entrada totes les persones sòcies treballadores disposin de la mateixa remuneració, excepte en casos en els quals es valori que els coneixements i l'aportació de la persona mereixen un plus. També es tindrà en compte l'evolució professional de la persona, adaptant la remuneració a la seva aportació (cap a millor).

Hi haurà diversitat de salaris en funció de la categoria laboral, en cas d'haver-hi diverses categories (per exemple, la contractació d'una auxiliar administrativa versus una persona amb perfil tècnic).

Forquilla remunerativa de les persones sòcies

La forquilla màxim seria d'1 a 3 pel mateix temps de treball, tenint en compte diversitat de categories laborals.

Règim de la Seguretat Social de les persones sòcies

Es valorarà molt positivament poder gaudir de contracte en règim general de la Seguretat Social, a no ser que les sòcies emprenedores decideixin de forma conjunta donar-se d'alta d'autònoms.

Règim laboral de les persones treballadores no sòcies

Es prioritzarà sempre el contracte en règim general de la Seguretat Social, a no ser que la persona treballadora prefereixi estar donada d'alta d'autònoms.

PLA JURÍDIC I FISCAL

Forma jurídica i constitució

Denominació social

Després de la deliberació de diversos noms, s'ha considerat que *Orienting* és un nom escaient com a denominació social de l'entitat.

És fresc, fàcil de pronunciar, denota moviment i s'associa a orientació, que en certa manera seria l'acció transversal de la cooperativa: orientació a les persones, ja siguin professionals, ciutadania, empreses o entitats. Certament, potser li falta incorporar el concepte de formació, l'altre pal de pallar de la cooperativa.

Caldrà acabar de consensuar el nom amb les persones que finalment seran les emprenedores del projecte.

Forma jurídica

La forma jurídica que millor escau a la idea de negoci és la de cooperativa de serveis, ja que en certa manera consisteix en agrupar professionals d'un mateix àmbit per tal d'oferir-los els serveis que els siguin necessaris per a poder desenvolupar la seva professió.

Ara bé, la cooperativa també oferirà altres serveis a altres segments de clients, per tant, també es podria correspondre bé amb una cooperativa de treball, que permetria l'alta a la seguretat social en règim general de les sòcies.

De nou, caldrà acabar de valorar els pros i contres de cada opció amb les sòcies emprenedores del projecte en el moment de la posada en marxa.

Condicions de la cooperativa

La cooperativa s'orientarà a ser sense ànim de lucre, ja que té clares intencions socials. Això no significa que les persones que treballin per a la cooperativa ho facin de forma precària, ni molt menys, sinó que es pretén invertir els beneficis en la pròpia cooperativa per tal de fer-la créixer en innovació, serveis i nous projectes.

Permisos i llicències

No es preveu la necessitat de cap permís o llicència específica per a l'exercici habitual de l'activitat.

Documentació oficial específica

Tot i que tampoc es preveu necessitar documentació oficial específica, es tindrà especialment en compte la protecció de dades i la seguretat informàtica en la creació i manteniment del web.

Malgrat que el web tindrà dades en obert, també hi haurà vinculada una base de dades on hi poden haver dades curriculars o bancàries altament confidencials, que no han de ser visibles ni accessibles sense el permís previ corresponent.

D'altra banda, també es disposarà d'un programa de gestió interna que permeti el control de les accions.

Per tant, serà prioritari disposar d'uns serveis informàtics que puguin mantenir aquesta seguretat i aplicacions de gestió, així com de l'assessorament legal corresponent.

Cobertura de riscos

Caldrà subscriure com a mínim una assegurança de responsabilitat civil, així com valorar la necessitat d'altres assegurances en motiu de l'activitat de la cooperativa (com per exemple assegurances per les alumnes en cas de fer un curs presencial).

En un inici no es preveu necessitar assegurances de locals, despatxos, vehicles o similars, ja que la cooperativa no tindrà seu física.

PLA ECONÒMIC I FINANCER

Previsió de vendes

A continuació es mostra la previsió de vendes a 5 anys vista. En aquest cas, la previsió de vendes la constitueix el nombre de sòcies que entrin a formar part de la cooperativa (tant particulars com empreses i entitats), i la venda d'altres serveis com són: gestió d'ofertes de feina (les empreses que vulguin publicar una oferta o bé buscar professionals caldrà que abonin una quota pel servei), publicitat de cursos per part de les empreses de formació o de l'Administració Pública, la plataforma de facturació (ús de la cooperativa per a què les sòcies puguin facturar els seus serveis), i la venda de cursos i materials online.

Cal dir que durant el primer any el web estarà en període de prova i desenvolupament i el que es pretén és donar-lo a conèixer entre el públic objectiu. Per aquest motiu, es preveu no es cobrar quotes durant els 6 primers mesos d'inscripció com a oferta comercial per tal de captar sòcies. Això pot produir que durant el 2n any hi hagi sòcies que es donin de baixa, ja que probablement valorin innecessari pagar pels serveis que li ofereix la cooperativa; per aquest motiu s'ha valorat que no hi hauria gaire augment en les vendes.

D'altra banda, hi haurà serveis que s'aniran treballant durant el primer any, però no s'oferiran fins el 2n any, com per exemple la plataforma de facturació o la venda de cursos i materials.

CONCEPTE	1r ANY	2n ANY	3r ANY	4T ANY	5è ANY
Nombre de sòcies (professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching)	150	160	200	250	312
Nombre de sòcies (empreses i entitats)	20	35	55	68	85
Nombre d'ofertes gestionades	50	80	100	125	156
Nombre de cursos d'empreses i entitats dels que s'ha fet publicitat.	35	30	50	62	77
Nombre de factures realitzades a través de la plataforma de facturació.	-	50	75	93	116
Nombre de cursos i materials online que s'han venut.	-	20	30	37	46
Altres activitats realitzades	5	30	40	50	62
TOTAL VENDES	260	405	550	685	854

Quadre 7: Previsió de vendes

Preu

El preu de cada servei s'establirà en funció del pressupost de costos fixos, variables i marges, i també tenint en compte i prenent com a referent els preus de la competència. Per a l'estudi econòmic d'aquest pla d'empresa s'han usat preus orientatius sobre els principals serveis que oferirà la cooperativa, tenint en compte els preus de la competència.

Queda pendent concretar el preu de cost dels serveis si s'és sòcia o si no se n'és. Els càlculs que s'han realitzat s'han fet segons el preu de cost per a les sòcies, però caldria detallar quins serveis concrets entren dins a cada servei establert; per exemple, si una empresa és sòcia i vol posar una oferta de feina, el cost seria de 120€, però com que és sòcia, també tindrà l'opció de fer una cerca directa a la base de dades sense necessitat de posar l'oferta; es podria plantejar que l'empresa no sòcia pagui més per publicar l'oferta o bé que no tingui l'opció de la cerca directa a la base de dades (i, per tant, no té tant benefici). Aquests detalls caldrà concretar-los en el moment previ a la posada en marxa.

Pla d'inversions

El pla d'inversions per a la posada en marxa de la cooperativa és el següent:

ACTIUS INTANGIBLES	
Aplicacions informàtiques (pàgina web i programari de gestió)	9.000 €
Marques i patents (registre del nom comercial)	144 €
Publicitat i màrqueting digital	3.000 €
Despeses de constitució	350€
Costos de RRHH de l'equip promotor	4.500€
INVERSIONS MATERIALS	
Telefonia	200 €
Altres inversions materials	1.000 €
TOTAL INVERSIONS	18.194€

Quadre 8: Pla d'inversions

Tal com s'observa al *Quadre 8*, la inversió principal per poder dur a terme el projecte serà en la pàgina web, la publicitat i màrqueting digital que permeti donar-la a conèixer i posicionar-la, així com en els recursos humans dedicats al projecte abans de la seva posada en marxa. El pla d'inversions fa plantejar la idea que seria interessant disposar d'una sòcia amb coneixements informàtics que pogués crear i fer el manteniment de la pàgina web; això suposaria un estalvi important en la inversió inicial, però caldria incloure l'aportació del seu temps en les despeses de personal. De moment s'ha fet el càlcul del pressupost pensant que caldrà contractar el servei.

S'invertirà també en l'adquisició d'un telèfon i/o línia telefònica i es pressuposten 1.000€ que es deixen de marge per a altres adquisicions materials o bé lloguers d'espais puntuals per a la celebració de reunions o altres esdeveniments, si fos necessari. Inicialment es farà ús dels ordinadors i internet de les persones emprenedores, però a partir del tercer any es preveu l'adquisició d'ordinadors.

Tampoc s'adquirirà cap element de transport; en cas de ser necessari desplaçar-se, la cooperativa compensarà les despeses corresponents als desplaçaments realitzats en motiu de l'activitat econòmica.

Per fer el càlcul de les hores que haurà invertit l'equip promotor en la posada en marxa de la cooperativa, s'ha previst un cost de 30€ bruts l'hora i una inversió total aproximada de 150 hores.

La inversió econòmica més gran es farà el primer any, per a la posada en marxa, on el capital anirà destinat en gran mesura a la creació i difusió de la pàgina web. Els anys successius no es preveuen grans inversions, però es seguirà invertint sobretot en tecnologia: ampliació i millora de les funcionalitats de la web (el que suposa la possibilitat d'ampliar serveis) i programari que permeti un control i gestió eficient dels serveis de la cooperativa (CRM i software de gestió). Aquestes inversions s'han previst en els comptes de resultats a 5 anys.

La inversió inicial es finançarà sobretot a través de les següents **vies de finançament**:

- Capital social
- Sistemes de crowdfunding a través de webs com Goteo o Verkami; s'oferirà a les persones que inverteixin en el projecte la possibilitat de gaudir d'un dels serveis del web de forma gratuïta durant un temps determinat.
- Préstecs d'entitats privades, preferiblement altres cooperatives com Coop57.
- Subvencions puntuals, si escau, tot i que s'ha fet la previsió econòmica sense tenir-les en compte.

En el *Quadre 9* s'exposa el detall del finançament per a la posada en marxa del projecte:

FINANÇAMENT PREVIST POSADA EN MARXA	
FONS PROPIS	
Aportacions de capital	6.694€
Aportacions de treball	4.500€
SUBVENCIONS	
CROWDFUNDING	3.000€
PRÉSTECES	4.000€
TOTAL INVERSIONS	18.194€

Quadre 9: Vies de finançament per la posada en marxa

Comptes de resultats a 5 anys

Al *Quadre 10* es mostra el càlcul d'ingressos i despeses previstos pels 5 primers anys d'activitat, així com el càlcul de beneficis previst cada any. S'ha inclòs en aquest càlcul el cost total de la inversió inicial; el resultat observat és que a partir del 4t any la inversió ja s'ha amortitzat i s'obtenen els primers beneficis, que al 5è any són considerables en relació als anys anteriors.

Pel que fa a les despeses de personal, s'ha mantingut la mateixa quantitat pels 2 primers anys, ja que l'ampliació de personal dependrà de la quantitat de serveis i activitats que es vulguin i puguin dur a terme entre l'equip promotor. Un cop es conegui en detall, es podrà fer un càlcul més acurat de les hores de treball necessàries. Tot i així, per al manteniment dels serveis plantejats, inicialment es preveu una dedicació a temps parcial a la cooperativa (de 20 a 30 hores setmanals); a mig termini s'espera poder oferir programes d'orientació i inserció laboral, formació i empenedoria, subvencionats per l'Administració Pública i entitats privades. Aquestes subvencions cobririen una

part important de la despesa de RRHH i permetrien a les sòcies treballadores poder treballar a temps complet a la cooperativa.

D'altra banda, s'ha establert com a mesura de promoció oferir els 6 primers mesos de servei gratuïtament, el que fa que es divideixi a la meitat els ingressos del primer any. Caldrà valorar amb els experts en màrqueting quines són les millors opcions en el moment de la posada en marxa.

Els 3 primers anys hi hauria dèficit, però cal tenir en compte que no s'ha inclòs en els càlculs l'obtenció de cap subvenció, i que els preus per servei són orientatius. Caldrà aprofundir en l'estudi de les subvencions disponibles a les quals es podria acollir la cooperativa, ja que oferirà serveis orientats al bé comú i al desenvolupament local, oferint serveis gratuïts a la ciutadania que l'Administració Pública no cobreix.

En el moment en el qual la cooperativa tingui benefici, s'invertirà en el creixement de la mateixa, ja sigui amb funcionalitats dins el web, l'ampliació i millora de serveis i l'ampliació de recursos humans i temps de dedicació.

Cal fer menció d'un dels serveis que s'han previst com a part important de la cooperativa i que també suposa una font d'ingressos: la plataforma de facturació. Es tracta d'un servei que no disposa d'una normativa legal clarament establerta i que ens els darrers anys ha provocat el tancament d'algunes empreses que es dedicaven exclusivament a aquest servei, per considerar-se fraudulentas.

Després de la lectura d'alguns articles i consulta de diverses pàgines web, s'ha arribat a la conclusió que de moment sembla que la llei penalitza només a les empreses exclusivament dedicades a ser plataformes de facturació, però ho admet com a vàlid quan es tracta d'un servei complementari dins una agrupació de professionals d'un mateix sector o sectors afins (Afectados por las cooperativas), que seria el nostre cas.

Tot i així, en el moment de la posada en marxa de la cooperativa caldrà verificar que el servei és totalment legal. D'altra banda, per fer el càlcul d'ingressos, s'ha fet una mitjana dels ingressos que podrien suposar cada factura, però el que s'acostuma a fer és cobrar una quota anual per tenir el servei més un percentatge aproximat del 5 o 6% de la factura emesa, a banda dels costos de la seguretat social i IRPF dels dies treballs, més la part proporcional de l'impost de societats (Free Autónomos, Tabacaso, Se buscan periodistas).

Finalment, s'aposta per mantenir cada any els serveis de publicitat i màrqueting digital que incloguin SEO i permetin posicionar la pàgina web, ja que l'objectiu és arribar a ser un referent en temes de formació, orientació laboral i coaching. Els costos aquí expressats són fruit de la recerca realitzada a través de diverses pàgines web (Emprendedores i Marketing House).

INGRESSOS

INGRESSOS	1r ANY (6 primers mesos gratuïts)				2n ANY			3r ANY			4t ANY			5è ANY		
	Nombre	Preu estimat	Ingressos	Ingressos finals	Nombre	Preu estimat	Ingressos	Nombre	Preu estimat	Ingressos	Nombre	Preu estimat	Ingressos	Nombre	Preu estimat	Ingressos
INGRESSOS PER VENDES O SERVEIS																
Nombre de sòcies - professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching	150	85 €	12.750 €	6.375 €	160	85 €	13.600 €	200	85 €	17.000 €	250	85 €	21.250 €	312	85 €	26.520 €
Nombre sòcies - empreses i entitats públiques o privades	20	180 €	3.600 €	1.800 €	35	180 €	6.300 €	55	180 €	9.900 €	68	180 €	12.240 €	85	180 €	15.300 €
Nombre d'ofertes gestionades	50	120 €	6.000 €	3.000 €	80	120 €	9.600 €	100	120 €	12.000 €	125	120 €	15.000 €	156	120 €	18.720 €
Nombre de cursos d'empreses i entitats dels que s'ha fet publicitat	35	65 €	2.275 €	1.138 €	30	65 €	1.950 €	50	65 €	3.250 €	62	65 €	4.030 €	77	65 €	5.005 €
Factures realitzades a través de la plataforma de facturació	0	0 €	0 €	0 €	50	60 €	3.000 €	75	60 €	4.500 €	93	60 €	5.580 €	116	60 €	6.960 €
Cursos i materials online venuts	0	0 €	0 €	0 €	20	50 €	1.000 €	30	50 €	1.500 €	37	50 €	1.850 €	46	50 €	2.300 €
Altres activitats realitzades	5	100 €	500 €	500 €	30	100 €	3.000 €	40	100 €	4.000 €	50	100 €	5.000 €	62	100 €	6.200 €
INGRESSOS PER SUBVENCIONS A L'ACTIVITAT o CROWDFUNDING	0	0 €	0 €	3.000 €	0	0 €	0 €	0	0 €	0 €	0	0 €	0 €	0	0 €	0 €
INGRESSOS FINANCERS	0	0 €	0 €	4.000 €	0	0 €	0 €	0	0 €	0 €	0	0 €	0 €	0	0 €	0 €
TOTAL				19.813 €			38.450 €			52.150 €			64.950 €			81.005 €

DESPESES

DESPESES	1r ANY	2n ANY	3r ANY	4t ANY	5è ANY
Despeses de personal	28800	28800	36000	36000	43200
Serveis informàtics	4000	5000	5000	4000	4000
Serveis de publicitat i màrqueting digital	5000	4000	3000	3000	3000
Serveis professionals d'assessorament administratiu i jurídic	1500	1500	1500	1500	1500
Lloguer	500	500	500	2000	2500
Compres	1000	1000	1000	1000	1000
Assegurances	500	500	500	500	500
Despeses financeres	1600	1600	1600	0	0
Equipaments informàtics	0	0	1500	1000	1000
Altres despeses	600	600	600	600	600
TOTAL DESPESES	43500	43500	51200	17200	57300

CÀLCUL DE BENEFICIS

INVERSIÓ INICIAL	18.194,00 €				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	ANY 4	ANY 5
Ingressos	19.812,50	38.450,00	52.150,00	64.950,00	81.005,00
Despeses	43.500,00	43.500,00	51.200,00	17.200,00	57.300,00
Saldo	-23.687,50	-5.050,00	950,00	47.750,00	23.705,00
TOTAL	-41.881,50	-46.931,50	-45.981,50	1.768,50	25.473,50

Quadre 10: Ingressos, despeses i càlcul de beneficis

Sistema de pagaments i cobraments corrents

El principal cobrament que tindrà la cooperativa seran les quotes de les sòcies, per la resta d'ingressos s'emetrà factura, a no ser que provinguin de subvencions o accions de crowdfunding. Els cobraments de les quotes es faran anualment per domiciliació bancària, la resta es cobrarà mitjançant targeta o bé transferència bancària.

Pel que fa als pagaments, també es faran principalment amb targeta o bé per domiciliació bancària si es tracta de serveis continus, com per exemple la línia telefònica.

PLA D'ACCIÓ

Anàlisi de punts forts i febles

Per tal d'analitzar els punts forts i febles que podrà tenir la cooperativa, s'ha realitzat el següent anàlisi DAFO:

PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
<p>Ofereix serveis a col·lectius professionals aparentment diversos però que sovint es concentren en un mateix professional (una persona pot ser orientadora i coach, o coach i docent, etc.).</p> <p>Els serveis de la cooperativa s'oferiran en funció de les necessitats detectades en els col·lectius als quals es dirigeix i, per tant, són adaptables.</p> <p>Els serveis de la cooperativa seran integrals: oferirà en un mateix punt tot allò que el professional pot necessitar (borsa de treball, publicitat, possibilitat de crear i gestionar els seus propis cursos, assessorament legal i administratiu, plataforma de facturació, etc.).</p> <p>La cooperativa té en compte no només les necessitats de les professionals, sinó també de les persones, empreses i Administracions amb les qui treballa i de l'entorn on estan ubicades.</p>	<p>Cal establir contacte amb moltes professionals de la formació, l'orientació laboral i el coaching per tal de donar a conèixer l'entitat i aconseguir suficient massa crítica com per a què el projecte sigui econòmicament viable i amb una base de dades de professionals atractiva.</p> <p>Cal mantenir una relació constant amb les professionals, empreses, Administració Pública i ciutadania per poder detectar i concretar les seves necessitats i donar-hi resposta; per tant, requereix d'atenció continuada.</p> <p>Cal posicionar el web per tal de donar a conèixer la cooperativa i assolir els objectius.</p>
AMENACES	OPORTUNITATS
<p>És possible que moltes de les professionals de l'àmbit del coaching optin per altres associacions o entitats de referència en el sector de més renom o ja posicionades al mercat, com per exemple ICF o ASESCO, o bé per mantenir-se en els col·legis professionals vinculats a la seva titulació acadèmica.</p> <p>Tanmateix, moltes empreses poden optar per usar altres borses de treball, com per exemple Infojobs o Wekab, que ja disposen d'una àmplia base de dades.</p>	<p>Existeix un gran nombre de professionals dedicats a la formació, l'orientació laboral i el coaching a qui els pot interessar ser sòcies de la cooperativa i/o usar els seus serveis.</p> <p>No existeix una entitat que aglutini aquests perfils amb una mirada comú.</p> <p>No existeix una web especialitzada en formació, orientació i coaching a Catalunya.</p> <p>Més enllà dels serveis que es poden oferir a través del web, es poden organitzar moltes altres accions presencials, com per exemple trobades de networking entre professionals o bé entre coach i persones interessades en un procés de coaching, xerrades, formacions, etc.</p>

Quadre 11: Anàlisi de punts forts i febles

D'altra banda, ens hem fet les següents preguntes, a les quals hem provat de donar resposta:

- *Quines mesures prendrem per superar els punts febles?*

Invertir en màrqueting digital i no digital, sobretot a l'inici, per tal de donar a conèixer el web i la cooperativa i poder-la posicionar com a web/entitat de referència.

Oferir uns mesos gratuïts d'inscripció al web per tal de nodrir-ne les bases de dades, tant de professionals, com d'oferta formativa, com d'espais disponibles on les professionals puguin exercir.

Oferir una atenció directa a les persones i entitats interessades que doni una resposta àgil als seus dubtes i en permeti captar les seves necessitats de forma continuada.

- *Com reforçarem els punts forts?*

Centrant l'atenció sobretot en les persones, les entitats i l'entorn, i en les seves necessitats per tal d'adaptar els serveis de forma àgil. Això implica l'ús de mesures i instruments per a l'avaluació contínua de necessitats, amenaces i oportunitats, com per exemple enquestes o entrevistes permetin avaluar el servei.

- *Com aprofitarem les oportunitats?*

Arribant a les persones i entitats a qui els nostres serveis pensem que poden ser d'interès a partir de totes les vies possibles; per aquest motiu s'invertirà molt en màrqueting, tant digital com no digital.

Es vetllarà per establir relació amb aquelles empreses o entitats amb qui es pugui fer sinèrgia per a què la publicitat pugui ser mútua o bé, es puguin fer projectes conjuntament.

S'organitzaran activitats presencials que afavoreixin la interacció entre professionals o bé entre professionals i clients potencials, on les entitats del territori d'actuació també hi estaran convidades.

Es valoraran totes les possibilitats de gestionar directament projectes d'orientació, formació i/o coaching que suposin una oportunitat laboral per a les sòcies de la cooperativa, ja siguin projectes subvencionats per l'Administració Pública com iniciatives d'empreses privades.

- *Com actuarem enfront les amenaces?*

Posant èmfasi als trets diferencials de la cooperativa respecte a altres entitats existents i adequant els serveis a les necessitats reals detectades.

Posicionant la pàgina web.

Calendari de posada en marxa

	MESOS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fase de preparació												
Cerca de proveïdors informàtics i de màrqueting digital												
Cerca de finançament												
Assessorament legal per al compliment de la normativa en protecció de dades												
Assessorament administratiu en la constitució de la cooperativa												
Fase de posada en marxa												
Constitució de la cooperativa												
Creació de la pàgina web												
Llançament de la pàgina web i activació dels primers serveis												
Execució del pla de màrqueting												
Atenció a les sòcies i gestió dels serveis de la cooperativa												
Assessorament fiscal, comptable i legal												
Períodes de revisió												
Revisió i testeig de la pàgina web (mensualment els dos primers mesos, posteriorment cada 3 mesos)												
Revisió de les accions de màrqueting (seguiment mensual)												
Assemblees de les sòcies (durant el 1r any almenys un cop al mes, després es decidirà la freqüència necessària)												
Avaluació de la qualitat dels serveis (la web contindrà mecanismes per a la recollida de la informació de forma periòdica)												

Quadre 15: Calendari de la posada en marxa

Seguiment

Per tal de fer el seguiment del pla d'acció s'establiran espais de coordinació entre les sòcies emprenedores per tal de de posar en comú la informació. Es decidirà per consens com es distribueixen les tasques i funcions i es compartirà tota la informació, preferiblement fent ús d'eines informàtiques que permetin el registre i seguiment de les accions dutes a terme i dels resultats obtinguts.

Es planteja com a possibles eines a utilitzar, el Trello per a la coordinació de tasques, accions i reunions, i l'ús de plataformes com Odoo o altres ERP de programari lliure de gestió per al control sistemàtic de les vendes, comptabilitat i finances, newsletters, enquestes d'avaluació online o creació d'esdeveniments.

A [l'Annex 6](#) es mostren les accions crítiques de la posada en marxa, així com les dependències entre elles, a través d'un diagrama de Gantt realitzat amb OpenProject.

G. PLANIFICACIÓ DEL DISSENY DE LA PÀGINA WEB

La pàgina web serà el **principal producte** que crearà i gestionarà la cooperativa; la web ha de servir com a instrument de publicitat, d'informació, d'atenció i de gestió dels serveis.

Per aquest motiu ha de permetre les següents funcionalitats a raó dels serveis que ofereix la cooperativa:

SERVEIS	FUNCIONALITATS I CONTINGUTS
Espai virtual on publicar el perfil professional de docents, orientadores laborals i coach	<p>Base de dades dels perfils professionals dels experts que hi estiguin inscrits amb camps concrets a complimentar, com per exemple: titulacions professionals, experiència laboral i docent, tipus de servei que ofereix, cursos que pot impartir, habilitacions oficials per a la docència, territori on pot oferir els seus serveis, etc. També ha d'incloure un espai on poder posar web professional i xarxes socials per tal de poder ampliar més informació de la professional, així com la possibilitat d'inserir el currículum en format word o pdf.</p> <p>En relació a la docència, s'utilitzarà la classificació del Catàleg d'especialitats formatives del Servei d'Ocupació de Catalunya.</p>
Directori i cerca de professionals	<p>Cercador de professionals en base als criteris concrets que hagin complimentat les professionals: titulacions professionals, experiència laboral i docent, tipus de servei que ofereix, etc.).</p>
Directori i cerca d'empreses i entitats	<p>Les empreses i entitats públiques i privades podran crear el seu perfil al web exposant els serveis que ofereixen: tipus de cursos, accions formatives, serveis de coaching, orientació, projectes ocupacionals, o espais disponibles. També caldrà que ho facin seguint certs criteris que després en facilitin la recerca. Ha de contenir base de dades i cercador.</p> <p>Això els permetrà fer publicitat dels seus serveis o espais, però també permetrà a les professionals fer una cerca d'empreses on fer autocandidatura en la recerca de nous clients.</p>
Borsa de treball	<p>Base de dades i cercador amb les ofertes de feina: ha de permetre a l'empresa introduir i publicar l'oferta, i al professional veure les ofertes publicades. L'oferta s'haurà d'introduir amb els mateixos criteris que haurà complimentat el professional per tal de poder fer un bon casament entre oferta i demanda.</p> <p>El web ha de poder permetre restringir l'accés a les ofertes i als perfils professionals en funció del pagament pel servei.</p>
Espai de recursos i materials útils de consulta (entorn d'aprenentatge)	<p>El web ha tenir un espai on les professionals puguin penjar documentació, materials o enllaços d'interès que els resultin útils en la seva feina i que vulguin compartir amb altres professionals.</p> <p>L'objectiu d'aquest espai és crear un entorn d'aprenentatge on</p>

	<p>trobar recursos que enriqueixin l'exercici de la pròpia professió.</p> <p>Ha d'estar classificat per temes o famílies professionals per tal de poder localitzar-los amb facilitat, fins i tot incloure un cercador, i estar en obert (no serà un servei de pagament).</p>
Comercialitzar cursos i materials online / espai formatiu on accedir a cursos online	<p>El web ha de tenir un espai on les sòcies puguin publicar i vendre, si així ho consideren, els seus propis cursos i materials didàctics. Ha d'estar classificat per temes o famílies professionals per tal de poder localitzar-los amb facilitat, fins i tot incloure un cercador.</p> <p>Aquest espai ha de tenir totes les funcionalitats necessàries per a poder impartir la formació online; pot ser un entorn moodle o similar, prioritzant sempre les eines disponibles en obert.</p>
Facturar els serveis professionals (plataforma de facturació)	<p>El web haurà de contenir un sistema de gestió per a aquelles persones que vulguin facturar els seus serveis a través de la cooperativa. Es valora la possibilitat de fer-ho mitjançant formulari i correu electrònic.</p>
Cerca d'espais on exercir l'activitat professional	<p>Les entitats i empreses que es registrin, hauran de posar si disposen d'espais disponibles per llogar o cedir a les professionals.</p> <p>A partir de la base de dades generada, es crearà un cercador específic d'espais disponibles.</p>
Accés a cursos, xerrades i altres activitats (oferta formativa)	<p>El web ha de tenir un espai en obert i de fàcil accés que permeti cercar l'oferta formativa de proximitat, entenent per oferta formativa cursos, xerrades, conferències i altres activitats.</p> <p>Enllaços a altres cercadors amb oferta formativa més àmplia (ex. Emagister, web del SOC...)</p> <p>Informació sobre el tipus d'oferta formativa existent.</p>
Assessorament administratiu, legal, jurídic i en màrqueting professional	<p>El web disposarà d'un directori i cercador de professionals i empreses que ofereixin assessorament administratiu, legal, jurídic i en màrqueting professional.</p> <p>També ha de contenir un espai amb informació general sobre normatives i "preguntes freqüents" en relació a l'exercici professional. A més, la cooperativa ha de disposar de professionals que l'assessorin en aquest sentit, per tal de facilitar la informació correctament a les seves sòcies.</p>
Contacte amb la cooperativa	<p>El web ha de tenir un espai per a què qui ho desitgi pugui tenir una atenció directa amb la cooperativa, ja sigui per correu electrònic, telèfon o mitjançant xat via web.</p>
Passarel·les de pagament	<p>El web ha de tenir els mitjans per a fer el cobrament dels serveis.</p>

Quadre 16: Serveis i funcionalitats de la pàgina web

Altres apartats i informacions que ha de contenir el web:

- **Qui som:** cal explicar qui forma la cooperativa, així com la missió, visió i valors.
- **A qui es dirigeix** i serveis que s'ofereixen en funció del col·lectiu.
- **Agenda d'activitats:** es mostrarà un calendari que mostri totes les activitats diàries que recullen les bases de dades.
- **Publicitat:** es contempla la possibilitat de tenir espais publicitaris que promocionin sobretot altres cooperatives o entitats sòcies o que ofereixin serveis afins. També es permetrà la possibilitat de fer publicitat destacada de cursos, projectes o activitats de les persones i empreses sòcies, però serà un servei de pagament.
- **Col·laboradores:** es posarà l'emblema o bé es mencionarà el nom de les entitats o professionals col·laboradores.
- **Accés a fer-se sòcia:** el web ha de permetre recollir amb seguretat les dades personals i bancàries per tal de poder fer efectiva la quota de sòcia.
- **Accés a l'espai privat:** dins el web, hi haurà serveis gratuïts que estaran en obert, sobretot els dirigits a la ciutadania, com per exemple el cercador de cursos, mentre que altres serveis seran de pagament; per aquest motiu, es crearà l'opció d'un accés a l'espai privat des del qual es podran gestionar els perfils professionals, cerques i publicacions, entre altres serveis.

Elements de disseny:

Serà necessari elaborar un emblema de la cooperativa, així com els principals elements de disseny de la pàgina web (colors, formes, imatges i altres elements visuals).

Idiomes:

El web ha d'estar en català i castellà; en un futur, i en funció de l'abast, es poden plantejar altres llengües.

H. CONCLUSIONS

Si bé l'objectiu d'aquest treball era *"explorar la viabilitat de crear una cooperativa que doni resposta a les necessitats detectades entre els professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching, i que en promoció els seus serveis de manera que aquests repercutixin en una millora del perfil professional de la població activa i de la competitivitat de les empreses"*, arribat aquest punt podem afirmar que s'ha assolit l'objectiu.

S'han analitzat tots aquells elements necessaris que permeten fer una primera afirmació de la viabilitat de la cooperativa i s'ha vist que:

- Hi ha nínxol de mercat perquè no existeix cap entitat que es dirigeixi de forma simultània als diferents col·lectius als quals ens dirigim, ni que aglutini els diferents serveis que aquí es proposen.
- Econòmicament és viable i permet recuperar la inversió inicial en un termini de 3 anys.
- És una idea de negoci amb impacte social i que segueix els valors de l'Economia Social i Solidària.

Cal dir que es concep com un negoci al qual dedicar-se a temps parcial fins que no sigui viable l'expansió de serveis i projectes que permetin dedicar-hi una jornada completa. Ara bé, la dedicació que requerirà inicialment és fàcilment combinable amb altres feines, tant pel que fa a nombre d'hores com a horaris, ja permet total flexibilitat horària i d'ubicació física (les sòcies emprenedores podran treballar des de casa de forma habitual i fer-ho presencialment només de forma puntual).

Finalment, concloure que aquest treball és només un primer pas en l'estudi de la idea de negoci, però queden molts passos a fer en cas de voler posar-la en marxa; la validació de necessitats i co-creació de solucions, la recerca de sòcies emprenedores i fundadores, el consens per a la redacció del reglament de règim intern, la realització de tots els tràmits de constitució de la cooperativa i l'assessorament d'experts en temes jurídics, econòmics i administratius, són alguns dels passos que caldrà realitzar per aconseguir fer realitat aquest projecte.

REFERÈNCIES

Afectados por las cooperativas.

<https://afectadosporlascooperativas.wordpress.com/category/factoo/>

Aracoop, 2017. *Característiques de les cooperatives*. http://labcoop.coop/wp-content/uploads/2018/04/Unitat-3_Caracteri%CC%81stiques-duna-cooperativa.pdf

Aracoop. *Guia per l'elaboració del Pla d'empresa d'una cooperativa de treball en el sector de les TIC. Col·lecció – Fem una cooperativa*.

<https://www.cooperativest treball.coop/sites/default/files/materials/07-femunacooperativa-gtic.pdf>

Cooperativa de freelances. <http://cdf1.es/como-funcionamos/>

Departament d'Empresa i Ocupació de Catalunya i Barcelona Activa SAU, 2012. *Guia del pla d'empresa*. http://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu-negoci/fes_pla_empresa/fitxers/Guia_Pla_empresa_en_linia_cat_tcm124_53843.pdf

Emprendedores. *Cómo elaborar tu primer presupuesto de marketing digital*.

<https://www.emprendedores.es/gestion/como-elaborar-presupuesto-de-marketing-digital/>

Free Autónomos. <https://freeautonomos.es/>

Marketing House. *Precios y tarifas marketing digital*. <https://www.marketinhouse.es/precios-agencia-marketing-digital-tarifas/>

Se buscan periodistas. <https://sebuscanperiodistas.com/>

Smart. <http://www.smart-ib.coop/>

Tabacasol, *gestión de artistas*. <https://tabacasol.es/>

ANNEXOS

ANNEX 1: QÜESTIONARI ADMINISTRAT A LA POBLACIÓ ACTIVA

Enllaç al qüestionari:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSexUEzAW18sJqW_S_iLPEnKTNyz8aj_PXdzm7V2e4zxt04Sg/vie/wform?usp=sf_link

Dades estadístiques:

- | | |
|--|--|
| <p>1. Edat: _____</p> <p>2. Gènere</p> <ul style="list-style-type: none">a. Homeb. Donac. No binari <p>3. Nivell formatiu reglat assolit:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Estudis primaris no aprovatsb. Graduat Escolar / Graduat ESO / Estudis secundarisc. COU / Batxilleratd. Formació professional FP 1 – CFGMe. Formació professional FP 2 – CFGSf. Titulació universitària (Diplomatura, Llicenciatura, Grau) | <p>4. Situació laboral actual:</p> <ul style="list-style-type: none">a. En aturb. Treballantc. Excedènciad. Baixa mèdicae. Jubilació <p>5. Habitualment he treballat en el càrrec de...</p> <ul style="list-style-type: none">a. Directiu/vab. Coordinador/a o responsable d'equip (comandament intermedi)c. Administratiu/vad. Tècnic/ae. Operari/a industrialf. Oficial de 1ag. Oficial de 2ah. Peó/nai. Altres càrrecs que no requereixen de qualificació professional.j. Autònom/a, empresari/a |
|--|--|

Preguntes específiques:

- | | |
|---|---|
| <p>1. Quan va ser l'últim cop que vas fer formació?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Actualment estic fent un cursb. Fa menys de 6 mesosc. Entre 6 mesos i 1 anyd. Entre 2 i 5 anyse. Entre 5 i 10 anysf. Fa més de 10 anys <p>2. Quants cursos has fet els darrers 5 anys?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Cap cursb. Entre 1 i 3c. Entre 4 i 8d. Més de 8 <p>3. En cas d'haver fer un o més cursos els darrers 5 anys, quin tipus de cursos eren?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Formació reglada (estudis primaris, secundaris, universitat, etc.)b. Cursos de formació complementària o professionalitzadora (idiomes, informàtica, carnets, etc.).c. Cursos de formació vinculada a | <p>10. Quina opinió tens de la formació rebuda?</p> <ul style="list-style-type: none">a. M'ha permès aplicar els coneixements a la feina.b. Considero que la formació rebuda no m'ha ajudat a millorar professionalment.c. Qualsevol formació sempre és enriquidora. <p>11. Quan has volgut formar-te, on has buscat possibles cursos a fer? Resposta múltiple, escull totes les opcions que consideris:</p> <ul style="list-style-type: none">a. He preguntat a persones del meu entorn directe.b. He buscat a internet.c. He mirat els cursos del SOC (Servei d'Ocupació de Catalunya).d. He preguntat al Departament de Recursos Humans de la meua empresa, o a la persona responsable.e. He mirat l'oferta de centres cívics i biblioteques.f. He mirat l'oferta de cursos dels centres formatius que conec. |
|---|---|

- l'oci (per exemple, cursos de cuina, fotografia, manualitats, teatre, etc.).
- d. Cursos de creixement personal (mindfulness, coaching, lideratge personal, autoestima, etc.).
4. Creus que és important formar-se al llarg de la vida?
- a. No és imprescindible.
b. Només si estem en situació d'atur.
c. Només si estem treballant i ens ho demana l'empresa.
d. Només si ens ve de gust fer-ho.
e. Sí, en qualsevol cas és important i necessari seguir formant-se.
5. T'agradaria formar-te?
- a. Sí, sens dubte.
b. No especialment.
c. Sí, però no sé en què.
d. Sí, però no tinc temps.
e. No em ve de gust.
f. No ho trobo necessari.
6. Crec que fer formació em permetria millorar la meva situació laboral:
- a. Segur que sí.
b. Possiblement, però no ho tinc clar.
c. No.
7. Si no em vaig formant al llarg de la vida, em puc arriscar a perdre la feina:
- a. No ho crec.
b. És possible però poc probable.
c. Podria passar a mig termini.
8. T'han ofert mai fer formació a la feina, a través de l'empresa?
- a. Sí
b. No
9. En cas que te n'hagin ofert, quina situació de les següents es correspon a la teva experiència?
- a. Cada any m'ho ofereixen i em fan una proposta de cursos.
b. Només m'ho ofereixen quan hi ha una novetat a la feina que cal aprendre (per exemple, un nou programa informàtic).
c. Sóc jo qui ha de fer la proposta a l'empresa, però normalment escolten la proposta.
- g. He consultat un professional de l'orientació acadèmica o laboral.
h. Mai he buscat cursos.
12. Has trobat el curs que volies i has pogut realitzar-lo?
- a. He trobat el curs i l'he pogut realitzar.
b. He trobat el curs però no l'he pogut fer perquè em quedava lluny.
c. He trobat el curs però no l'he pogut fer perquè era massa car.
d. He trobat el curs però no l'he pogut fer per horaris.
e. No he trobat cap curs que s'ajustés al que jo volia.
f. No he buscat un curs concret, m'he inscrit als cursos que he trobat i m'han agradat.
13. Coneixes pàgines web on trobar cursos?
- a. Sí
b. No
14. En cas afirmatiu: quines? Resposta oberta.
15. Has tingut mai ocasió de consultar un professional de l'orientació laboral o acadèmica?
- a. Sí, quan he estat en situació d'atur o de recerca de feina.
b. Sí, pels meus fills, quan han acabat l'ESO o el batxillerat.
c. No he tingut l'ocasió, però m'hauria anat bé poder consultar-lo.
d. No, no ho he necessitat mai.
16. T'has plantejat mai un procés de coaching?
- a. Sí, i he tingut ocasió de fer-lo.
b. Sí, però no sé com trobar un coach que em pugui ajudar.
c. M'agradaria, però no és imprescindible.
d. No m'interessa.
e. No sé què és un procés de coaching.
17. Trobaries útil una web on poder trobar tots els cursos i activitats formatives properes, orientació envers la formació i professionals del coaching?
- a. Sí, crec que la consultaria sovint.
b. Sí, però no crec que la consultés gaire.
c. Ja hi ha pàgines web semblants, no seria imprescindible.

ANNEX 2: QÜESTIONARI DIRIGIT A DOCENTS I FORMADORES

Enllaç al qüestionari:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdJP85i4bWqZUsaaxxRZWodstEDa_hN-UlghubMKnYIHJy1VQ/viewform?usp=sf_link

1. Em dedico professionalment a:
 - a. La docència de formació reglada
 - b. La docència de formació no reglada
 - c. Al coaching
 - d. No tinc experiència, però voldria ser docent o formador/a.
 - e. No tinc experiència però voldria ser coach.
2. L'activitat professional com a docent, formadora o coach...
 - a. Ocupa el 100% de la meua dedicació professional.
 - b. És un complement a la meua professió habitual.
 - c. Voldria dedicar-m'hi al 100%, però no dispo de prou clients o oportunitats laborals.
3. La meua situació laboral és:
 - a. Autònom d'alta a la seguretat social i a l'IAE.
 - b. Facturo pels serveis que faig però no em cal l'alta a la seguretat social i IAE.
 - c. Alguns clients em fan contracte laboral en Règim General SS.
 - d. Combino l'alta d'autònom amb algun contracte laboral dels meus clients.
 - e. Treballo a l'Administració Pública com a orientador/a laboral.
4. Si pogués escollir...
 - a. Preferiria pagar la quota d'autònoms.
 - b. Preferiria tenir un contracte laboral que em permetés cobrar l'atur en cas necessari.
5. A l'hora de facturar...
 - a. Tinc clients importants que m'exigeixen que estigui d'alta a la Seguretat Social i l'IAE.
 - b. Els meus clients no solen demanar-me factura.
 - c. Els clients em demanen factura però no m'exigeixen alta a la SS ni IAE.
6. Els meus clients...
 - a. Majoritàriament són estables en el temps, podent assegurar una bona part de la facturació anual en el
10. Creus que et falten coneixements sobre com treballar per a l'Administració Pública?
 - a. Sé com funcionen els procediments, ho he fet en almenys una ocasió.
 - b. Em falten coneixements sobre facturació, sobretot electrònica.
 - c. Em falten coneixements sobre licitacions i contractació.
 - d. M'agradaria saber com presentar els meus projectes a l'Administració Pública.
11. Has patit mai retards en el pagament de les factures emeses?
 - a. Sí, sobretot quan he treballat per l'Administració Pública.
 - b. Alguna vegada.
 - c. Mai.
12. Quan has estat de baixa mèdica o has patit indisposició:
 - a. He hagut d'anul·lar els meus serveis i, conseqüentment, els ingressos esperats.
 - b. Normalment he pogut resoldre-ho reorganitzant el calendari.
 - c. He hagut de buscar altres professionals que em poguessin substituir i he perdut els ingressos esperats.
13. Sents que l'exercici de la teua professió t'exposa a una situació de precarietat laboral?
 - a. M'hi sento sovint.
 - b. En algunes ocasions m'hi sento.
 - c. No m'hi sento perquè dispo d'altres recursos econòmics més estables.
 - d. No, mai m'he sentit així.
14. Et sents sol/a en l'exercici de la teua professió?
 - a. No, em relaciono i coordino amb altres professionals, sento que faig treball en equip.
 - b. A vegades m'agradaria tenir un cercle de companys/es amb qui compartir experiències professionals.
 - c. Quan tinc necessitat de contacte amb altres professionals, sé on trobar-los i ho puc resoldre.
15. Què t'agradaria poder compartir amb altres companyes de professió? (pregunta oberta).
16. Disposes d'un lloc físic on poder exercir la teua professió?
 - a. Normalment ofereixo els meus serveis a casa del client.

- temps.
- b. Majoritàriament són canviants, només uns quants es mantenen.
7. La meva facturació anual depèn de...
- a. Tinc un o dos clients que em proveeixen el 80% de la facturació.
 - b. El 80% de la meva facturació és fruit de diversos clients.
8. Com aconseguixes els clients?
- a. A través de coneguts i contactes personals.
 - b. A través dels propis clients.
 - c. Faig molta publicitat i contactes a través de xarxes socials.
 - d. Disposo d'una web o blog professional.
 - e. En alguna ocasió he contractat serveis de màrqueting.
 - f. A través d'anuncis tradicionals a revistes, diaris, cartells...
 - g. Organitzo jornades i sessions que em permetin donar-me a conèixer professionalment.
 - h. Participo en activitats de networking.
 - i. Segueixo les licitacions i ofertes de l'Administració Pública.
 - j. Miro ofertes d'internet i faig autocandidatura.
 - k. Em publicito a directoris professionals online.
9. Saps com treballar per a l'Administració Pública?
- a. Sé com funcionen licitacions i contractacions, m'hi he presentat i conec els procediments.
 - b. M'he presentat a licitacions però amb l'ajuda de la gestoria.
 - c. No sé com funcionen les licitacions i contractacions.
 - d. No m'he presentat, però tinc una idea de com funcionen.
 - e. No crec que com a autònom m'hi pugui presentar.
- b. Treballo des de casa.
 - c. Disposo d'un espai de propietat o lloguer.
 - d. Utilitzo espais de coworking o similar.
 - e. En ocasions m'he hagut de desplaçar jo a prop del client i he tingut dificultats per trobar un espai adient.
17. Saps què són les plataformes de facturació?
- a. Sí, sé què són.
 - b. Sí, n'he utilitzat alguna vegada.
 - c. Sé què són però no les utilitzaria mai.
 - d. No sé què són.
18. En cas de ser autònoma, portes tu mateixa la gestió administrativa (IVA, IRPF, Seguretat social...)?
- a. No sóc autònoma.
 - b. Sí, ho faig jo mateixa.
 - c. Tinc el suport d'una gestoria.
19. En general, quins són els problemes que et trobes en l'exercici de la teva professió? (pregunta oberta).
20. Si vols rebre més informació del projecte, deixa un correu electrònic.

ANNEX 3: RESULTATS OBTINGUTS ALS QÜESTIONARIS PER A LA VALIDACIÓ DE NECESSITATS

Resultats obtinguts al qüestionari dirigit als professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching

A maig 2020, s'han obtingut un total de 18 respostes, la majoria d'orientadores laborals. Tot i que l'anàlisi dels resultats no és definitiva perquè calen més respostes i de perfils més diversos, a continuació s'ofereix un resum.

NECESSITAT A IDENTIFICAR	PREGUNTES REALITZADES	RESULTATS OBTINGUTS
No disposar d'estabilitat laboral, treballant sovint en precarietat.	L'activitat laboral ocupa el 100% del temps, parcialment o no tant com es voldria? Quina és la situació laboral (autònom/a, contractat/da, etc.)? Si pogués escollir, seria autònoma o tindria contracte? Disposa majoritàriament de clients estables o són canviants? El 80% de la facturació anual depèn d'un o dos clients o bé d'un conjunt de molts clients? Sent que està en precarietat laboral?	Els orientadors laborals solen treballar per l'Administració Pública a jornada completa; les persones que es dediquen a la formació o al coaching manifesten dedicar-s'hi a jornada parcial, ja com a complement o bé perquè no disposen d'oportunitats laboral per dedicar-s'hi totalment. En aquests casos, combinen l'alta d'autònoms amb contractes laborals, o fins i tot facturen sense donar-se d'alta. El 93% conclouen que si poguessin escollir tindrien contracte laboral. Pel que fa a clients, la majoria són canviants. El 53% dels enquestats manifesta sentir-se sovint en situació de precarietat laboral, i un 33% s'hi sent en alguna ocasió.
Haver d'estar constantment cercant nous clients.	Com aconsegueix els clients?	La majoria a través de licitacions públiques (treballa per l'Administració), a través de publicitat per diversos mitjans, i sobretot mitjançant la difusió dels propis clients envers altres persones (recomanacions).
Estar desprotegit davant dels impagaments o retards en el pagament de les factures (situació freqüent quan el client és l'Administració Pública).	Has patit mai retards en el pagament de factures?	El 50% manifesta que no, el 25% alguna vegada i el 25% sobretot quan ha treballat per l'Administració Pública.
Dificultats per poder facturar si no estan donats	A l'hora de facturar, els clients exigeixen estar donat d'alta a la seguretat social i	El 50% diu que els seus clients no solen demanar factura, el 37,5% manifesta que té clients importants que li exigeixen l'alta a la

d'alta a la seguretat social i a hisenda.	l'IAE?	seguretat social i l'IAE, i un 12,5% diu que els clients li demanen factura, però no l'alta a SS i IAE.
En cas de baixa mèdica, no poder oferir el servei i/o haver de disposar d'un substitut/a disponible.	Quan ha estat de baixa mèdica o indisposició, ha perdut el servei i, per tant, els ingressos?	El 75% ha pogut reorganitzar el calendari i fer les sessions en altres dates, mentre que el 25% restant ha hagut d'anul·lar les sessions, perdent els ingressos esperats.
En el cas de treballar per l'Administració Pública, haver de disposar de coneixements sobre licitació i contractació pública.	Sap com treballar per l'Administració Pública? Creus que et falten coneixements per treballar per l'Administració Pública?	El 50% no s'ha presentat a licitacions, però té una idea de com funcionen, només un 10% no sap com funcionen. D'altra banda, la majoria d'enquestats diu que no sap ben bé com funcionen els procediments o temes com la facturació electrònica, malgrat que els agradaria poder-se presentar a licitacions.
Treballar en solitari, disposant només dels recursos d'un mateix/a.	Et sents sol/a en l'exercici de la teva professió? Què t'agradaria compartir amb altres companys/es de professió?	El 20% manifesta que li agradaria tenir un cercle de companyes amb qui relacionar-se, però la majoria troben altres persones o professionals amb qui treballar en xarxa.
Haver de gestionar tota la part administrativa de la seva feina professional: factures, IRPF, IVA, Seguretat Social i altres tràmits.	Saps què són les plataformes de facturació? En cas de ser autònom/a, portes tu mateixa la gestió administrativa o tens suport d'una gestoria?	El 80% desconeix les plataformes de facturació i només un 6,7% les coneix i les ha utilitzades. Un 55% dels enquestats no és autònom, i de la resta, un 33% s'ho gestiona ella mateixa i l'11% té el suport d'una gestoria.
En alguns casos, sobretot els professionals en coaching, haver de buscar espais físics on poder atendre els seus clients i/o organitzar esdeveniments.	Disposes d'un lloc físic on poder exercir la teva professió?	El 87% ofereix els seus serveis a casa del client, mentre que només el 12% disposa d'un espai llogat o de propietat on exercir.

Altres necessitats detectades:

S'ha preguntat amb quines dificultats es troben més freqüentment i les respostes han estat: precarietat laboral, inestabilitat laboral, dificultats a l'inici fins que no es tenen clients potencials, generar nous clients, temporalitat.

Resultats obtinguts al qüestionari dirigit a la ciutadania

A maig 2020 s'han obtingut un total de 69 respostes de persones entre 17 i 67 anys, on majoritàriament el gruix d'enquestats està entre els 26 i els 58 anys, són dones (75%), tenen formació universitària (69%) i actualment treballen (81%) en càrrecs tècnics, coordinadors o administratius, majoritàriament. Per a un anàlisi més complet, caldrien respostes de col·lectius diversos (homes, perfils formatius més baixos i persones en situació d'atur); a continuació es fa un resum dels resultats obtinguts fins ara.

NECESSITAT IDENTIFICAR	A	PREGUNTES REALITZADES	RESULTATS OBTINGUTS
Desconeix l'oferta formativa disponible, de proximitat i a l'abast, tant gratuïta com de pagament.		Quan has volgut formar-te, on has buscat possibles cursos a fer? Coneixes pàgines web on trobar cursos? Quines?	La majoria ha buscat informació a internet, ha preguntat a persones del seu entorn i ha mirat l'oferta formativa dels centres que coneix. Un 47% coneix pàgines web amb oferta formativa, algunes d'elles són Educaweb, emagister, miriadax, UOC, UNED, DIBA, etc.
Desconeix quina formació és la més adient per al seu perfil professional que li suposi una millora real en les seves oportunitats laborals.		Has consultat mai un professional de l'orientació acadèmica o laboral?	Un 39% no ha consultat mai un orientador/a, però creu que li hauria anat bé, un 32% considera que no li cal.
No sempre té a l'abast l'oferta formativa adient, ja sigui per proximitat, disponibilitat horària o econòmica.		Has trobat el curs que volies i has pogut realitzar-lo?	La majoria ha trobat el curs que volia i ha pogut realitzar-lo, només algunes persones no l'han trobat o no l'han pogut fer per motius de distància o horaris. També cal dir que en moltes ocasions han escollit el curs després de veure l'oferta formativa.
Requereix de professionals de l'orientació i el coaching que els ajudin en la definició i		T'has plantejat mai fer un procés de coaching?	Un 22% l'ha fet, a un 33% li agradaria, però no l'ha fet, un 11% voldria però no sap on trobar un coach, un 10% no sap què és un procés de coaching.

consecució dels seus objectius professionals i vitals.

No té especial interès en formar-se perquè considera que un cop ha iniciat a treballar la formació no és imprescindible per mantenir el lloc de treball.

Quan va ser l'últim cop que vas fer formació?
 Quants cursos has fet els darrers 5 anys?
 Quin tipus de cursos eren?
 Creus que és important formar-se al llarg de la vida?
 T'agradaria formar-te?
 Creus que fer formació et permetria millorar la teva situació laboral?
 Creus que si no et vas formant al llarg de la vida pots perdre la teva feina?
 T'han ofert fer formació a la feina?
 Quina opinió tens de la formació rebuda?

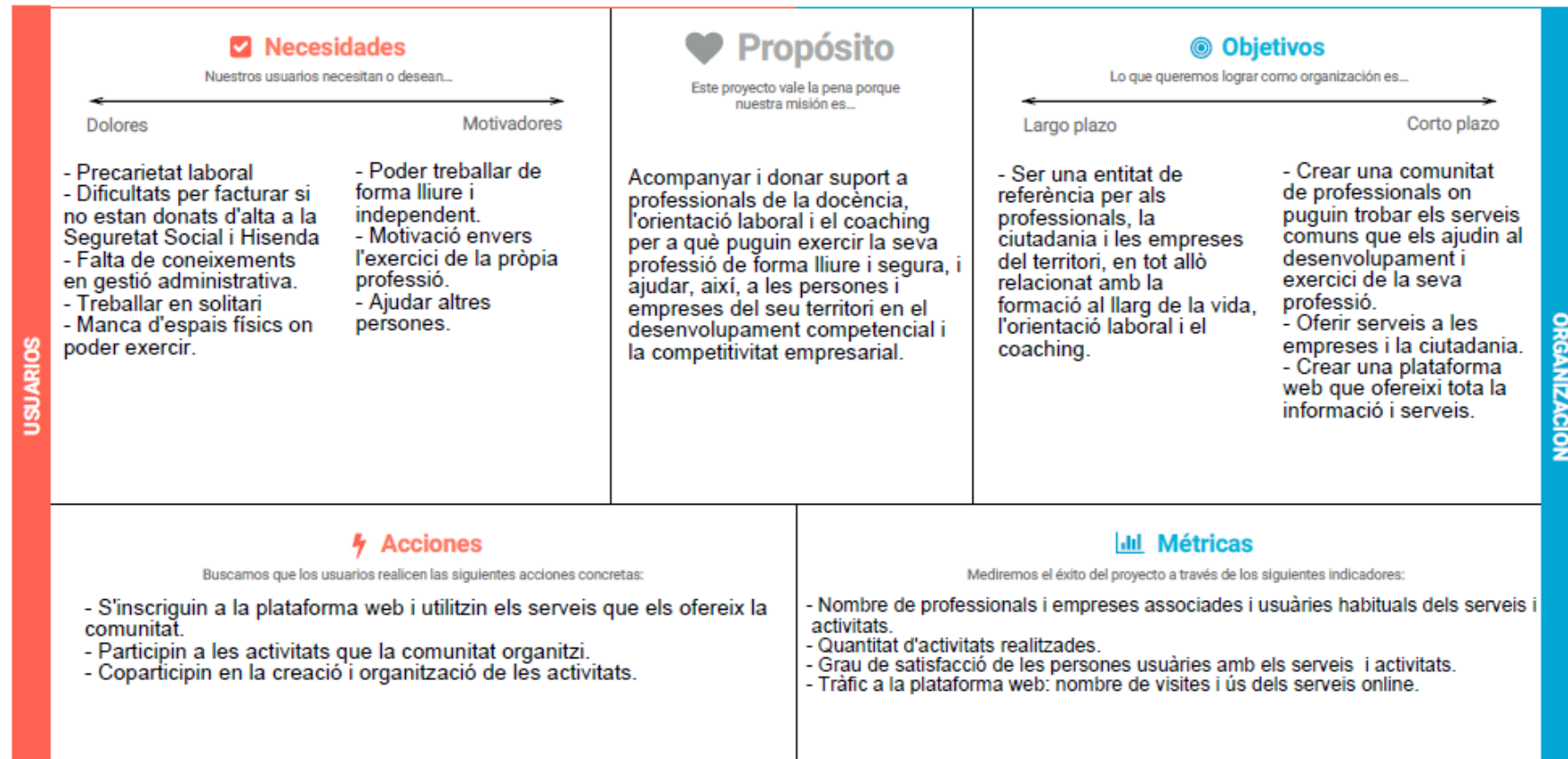
El 39% s'estan formant actualment i el 45% han fet un curs entre els últims 6 i 12 mesos. Un 40% ha fet entre 1 i 3 cursos els darrers 5 anys, majoritàriament de formació complementària. El 94% considera important formar-se al llarg de la vida i al 83% els agradaria formar-se.
 El 63% creu que la formació li permetria millorar la seva situació laboral i el 42% creu que si no es va formant podria arribar a perdre la feina a mig termini.
 Al 87% li han ofert formació a la feina i l'opinió del 90% dels enquestats és positiva.

Altres necessitats detectades:

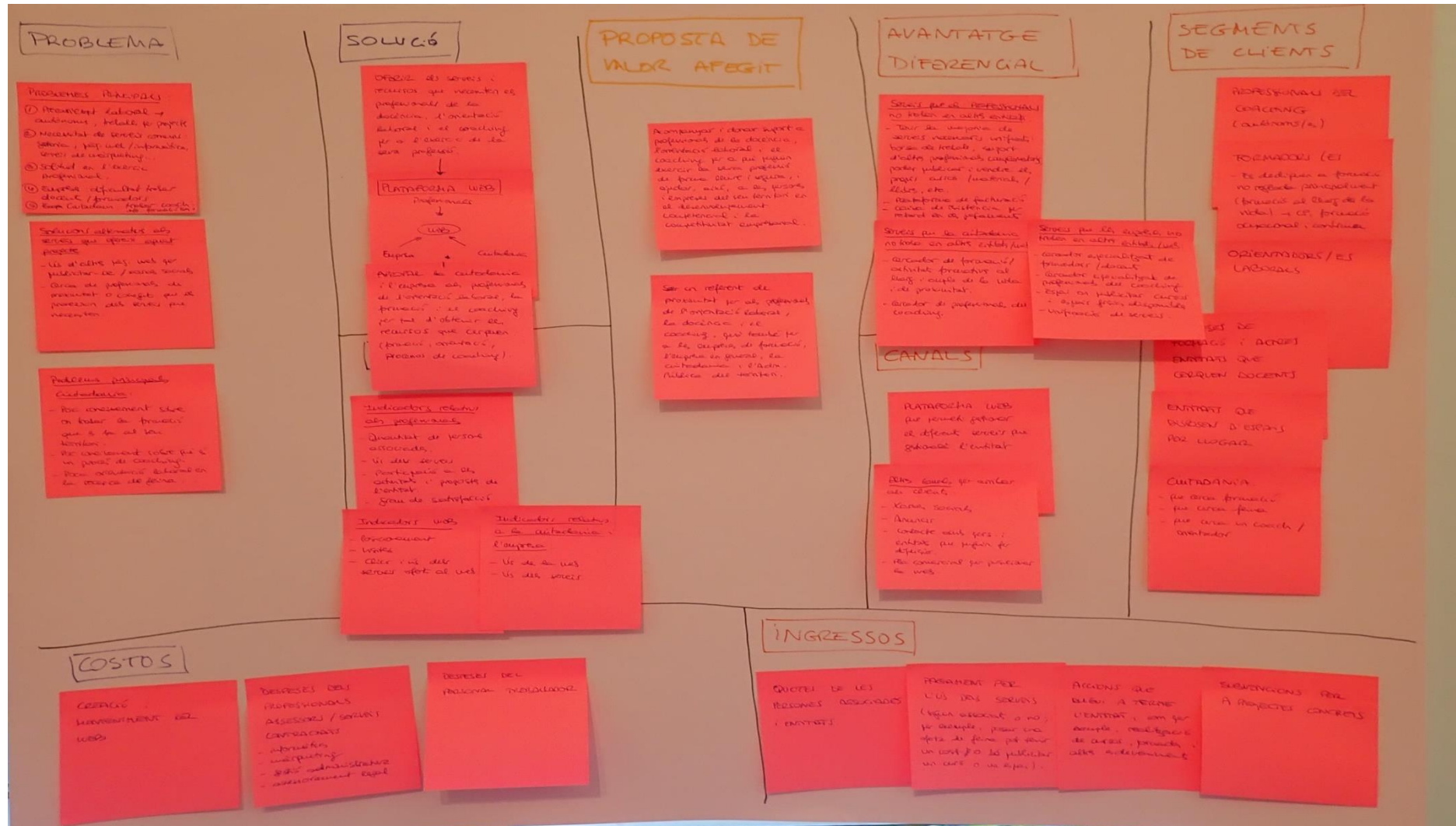
S'ha preguntat si trobarien útil una web on poder trobar tots els cursos i activitats formatives properes, orientació envers la formació i professionals del coaching; el 78% considera que sí, i que la consultaria sovint, un 16% diu que no la consultaria gaire, i només un 6% considera que ja hi ha pàgines semblants i no seria imprescindible.

ANNEX 4: CANVAS SCOPE

Proyecto: ^o Orienting: un espai de trobada entre professionals de la docència, l'orientació laboral i el Coaching



ANNEX 5: CANVAS ELABORAT EN PAPER



PROBLEMA

PROBLEMES PRINCIPALS:

- 1) Treball autònom, treball per projectes
- 2) Necessitat de serveis comuns: tècnica, pàg. web / informàtica, serveis de coaching...
- 3) Solitud en l'exercici professional.
- 4) Empresa: dificultat trobar docent / formadors
- 5) Espai Català: trobar coach, info. formació

Solucions alternatives als serveis que ofereix aquest projecte

- Us d'altres pàg. web per publicar-se / xarxes socials
- Cerca de professionals de proximitat o col·legiats que es preocupin dels serveis que necessiten.

Problemes principals Ciutadania:

- Poc coneixement sobre on trobar la formació que s'ha al seu territori.
- Poc coneixement sobre què és un projecte de coaching.
- Poca orientació laboral en la recerca de feina.

SOLUCIÓ

Ofereix els serveis i recursos que necessiten els professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching per a l'exercici de la seva professió.

↓

PLATAFORMA WEB

Professionals

↓

Web

← Empresa Ciutadania →

Propietat la ciutadania i l'empresa als professionals de l'orientació laboral, la formació i el coaching per tal d'obtenir els recursos que cerquen (formació, orientació, processos de coaching).

AVANTATGE DIFERENCIAL

Serveis que els professionals no troben en altres entitats:

- Tècnica i informàtica de serveis necessaris únics: borsa de treball, suport d'altres professionals emprenedors, poder publicar i vendre els propis cursos / materials / llibres, etc.
- Participació de formació
- Cerca de proximitat per reduir el retard en els processos.

Serveis que la ciutadania no troba en altres entitats/web:

- Cercador de formació / activitats pràctiques al llarg i curt de la vida i de proximitat.
- Cercador de professionals del coaching.

Serveis que les empreses no troben en altres entitats/web:

- Cercador especialitzat de formadors / docents
- Cercador especialitzat de professionals del coaching
- Espai on publicar cursos i espais físics disponibles
- Unificació de serveis.

SEGMENTS DE CLIENS

PROFSSIONALS DEL COACHING (autònoms/es)

FORMADORS / ES

- Es dedica a la formació no reflecte principalment (formació al llarg de la vida) → CP, formació ocupacional i continua.

ORIENTADORS / ES LABORALS

EMPRESES DE FORMACIÓ I ALTRES ENTITATS QUE CERquen DOCENTS

ENTITATS QUE DISPOSEN D'ESPAYS PER LOGAR

CIUTADANIA.

- que cerca formació
- que cerca feina
- que cerca un coach / orientador

PROPOSTA DE VALOR AFEGIT

Acompanyar i donar suport a professionals de la docència, l'orientació laboral i el coaching per a que puguin exercir la seva professió de forma àgil i segura, i ajudar així a les persones i empreses del seu territori en el desenvolupament comercial i la competitivitat empresarial.

Ser un referent de proximitat per als professionals de l'orientació laboral, la docència i el coaching, que treballen per a les empreses de formació, l'empresa en general, la ciutadania i l'Adm. Pública del territori.

MÈTRIQUES

Indicadors relatius als professionals

- Quantitat de persones associades.
- Us dels serveis
- Participació a les activitats i propostes de l'entitat.
- Grau de satisfacció

Indicadors web

- Bòrsoament
- Llistes
- Clics i ús dels serveis ofert al web

Indicadors relatius a la ciutadania i l'empresa

- Ús de la web
- Us dels serveis

CANALS

PLATAFORMA WEB per fer més fàcil el difondre serveis que gestiona l'entitat

Actes socials per arribar als clients:

- Xarxes socials
- Anuncis
- Contacte amb gent i entitats que puguin fer difusió.
- Pla comercial per promocionar la web.

COSTOS

CREACIÓ I MANTENIMENT DEL WEB

DESPESES DELS PROFESSIONALS ASSOCIATS / SERVEIS CONTRACTATS:

- Impressió
- Màrqueting
- Costos administratius
- Assessorament legal

DESPESES DEL PERSONAL TERCERITZADOR

INGRESSOS

QUOTES DE LES PERSONES ASSOCIADDES I ENTITATS

PAGAMENT PER L'US DELS SERVEIS (sigui associat o no, per exemple, pagar una afeta de feina pot tenir un cost i/o bé publicitar un curs o un espai).

ACCIONS QUE DUEI A TERME L'ENTITAT, com per exemple, realització de cursos, preses, altres activitats.

SUBVENCIONS PER A PROJECTES CONCRETS

ANNEX 6: CALENDARI DE LA POSADA EN MARXA, ACCIONS CRÍTIQUES I DEPENDÈNCIES ENTRE ELLES

