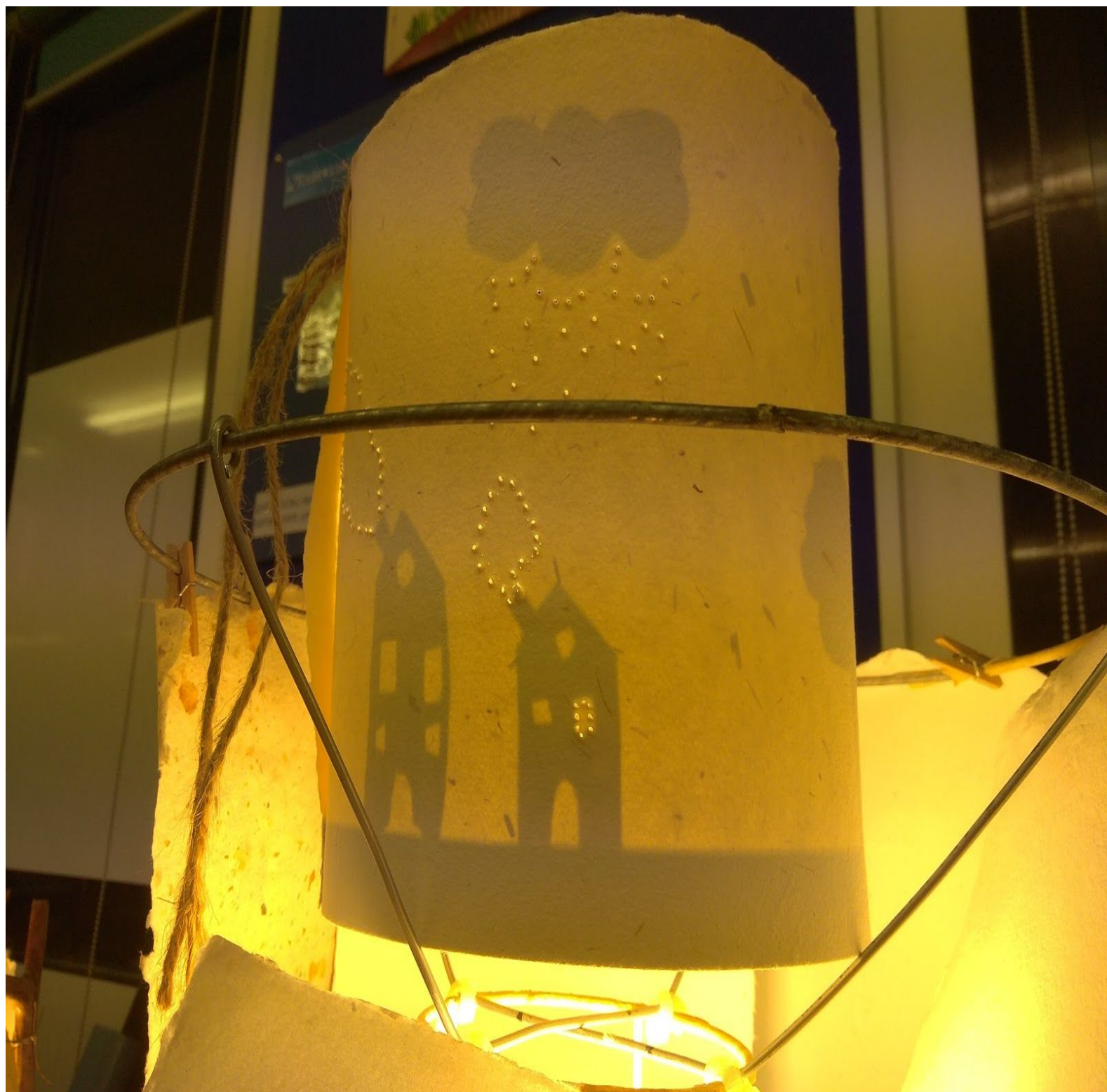


ARTESANIA PEL SEGLE XXI: FEM UNA COOPERATIVA?



INTRODUCCIÓ:

Sou una *empresa cooperativa* dedicada a l'elaboració de productes artesanals i voleu comercialitzar un dels productes que heu elaborat. Caldrà recórrer tot el procés: des de l'elaboració d'un producte artesanal, passant per l'estudi previ del producte, fins al packaging i fins i tot, el càlcul del preu del producte. Per això s'haurà d'escoltar què diu cada departament, negociar, analitzar totes les propostes i prendre decisions en les que el benefici sigui per a tots els membres de la cooperativa.

ESTEU A PUNT? DONCS SOM-HI!!

PREGUNTES

Per a començar a situar-se:

● **Elaboració artesana:**

L'**artesanía** és la capacitat de què disposem els humans de produir objectes amb les mans o amb l'ajut d'utilitatges o màquines simples. Els artesans també poden fer produccions seriades, però es diferencien de les industrials perquè les peces artesanals s'elaboren amb les mans, d'una en una, i això fa que l'objecte sigui únic. Fins a finals del segle XX, d'artesans se'n trobaven arreu, en tots els camps de producció. Actualment se'n troben pocs i només en alguns camps de producció. Els artesans, les artesanes que queden lluiten per seguir amb la professió que estimem i protegeixen i busquen estratègies i models de negoci adaptats a aquest segle XXI. De paperaires artesanals, per exemple, en queden ben pocs a tota Europa (uns 10-12)

En aquestes adreces hi podreu trobar diferents mostres de l'artesanía actual.

- [Paperaires artesanals](#)
- [Consorti de Comerç, Artesanía i Moda de Catalunya](#)
- [Ecomatalasser](#)
- [La Bisbal d'Empordà. Centre Ceràmic de Catalunya](#)

- Què ofereixen que els diferencia de la producció industrial? Quina creieu que és la seva estratègia per competir-hi? (potser uneixen esforços si treballen un mateix material, potser aposten per fer producte a mida de la demanda...)

En què us sembla que han apostat més? (en destacar-se pel que ofereixen quant a personalitzar el producte, en la qualitat del producte, en què experts de molts camps diferents avalin el seu treball, en més d'un aspecte...) Feu un breu esquema del que trobeu.

● I perquè una cooperativa?

Una *cooperativa* és un tipus d'empresa basada en uns principis i/o valors concrets i en la qual TOTS els socis i les sòcies participen de la propietat, la gestió i els resultats (siguin positius o negatius) en funció de l'activitat realitzada.

El model de gestió de la cooperativa posa per davant els valors i els principis que la defineixen i no tant la cerca del lucre a qualsevol preu (els diners o els beneficis).

En una cooperativa, les persones sòcies tenen veu i vot i una part dels beneficis s'ha de tornar a invertir en la pròpia empresa.

- Quins altres tipus d'empreses haguéssiu pogut formar? Què comporta per a l'empresària, per a l'empresari cada tipus d'empresa (responsabilitat, aportació de capital...) i per als treballadors, treballadores (com es distribueixen els beneficis, quina representació hi tenen..)

Ho podeu trobar en aquest enllaços:

<https://www.slideshare.net/iMariathin/tipus-de-societats>

https://ioc.xtec.cat/materials/FP/Materials/CMA0_VEC/VEC_CMA0_M03/web/html/media/fp_cin_m04_u1_pdfindex.pdf

<https://sites.google.com/a/xtec.cat/empresa-i-administracio/formes-d-empresa?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

https://es.slideshare.net/EPA_DMA/tipus-dempreses-ddac-mas-i-roberto-snchez

Ara ja podem començar a fer el recorregut pels diferents departaments:

DEPARTAMENT COMERCIAL:

- *El departament comercial* ha de fer tot allò necessari per a fer arribar al/a consumidor/ora el que l'empresa produeix*. Tot allò necessari és: càlcul del preu de venda del producte, planificació i control, estudi de mercat, promoció, publicitat del producte, distribució, etc.
Aquest departament, ha de buscar els recursos financers necessaris per a l'activitat de l'empresa i també intentar que els costos siguin els mínims per tal de poder obtenir un benefici.

Els socis de la cooperativa decideixen què fan amb els beneficis que queden (es reparteixen entre els socis? S'inverteix amb el que la cooperativa decideixi? S'apugen sous? Es contracta més personal?...)

- En aquest departament farem un joc d'estratègia comercial: Haureu de vendre un producte impossible (una bossa d'escombraries plena, una casa sense els terres, un paquet de galetes buit...) Caldrà que argumenteu molt bé perquè és convenient, quins avantatges té, com d'útil resulta...
- Podeu fer servir el format que vulgueu: una presentació Power Point, un petit vídeo, gravació dels arguments, etc.

DEPARTAMENT DE PRODUCCIÓ

És la part de l'empresa en la què es decideix com serà i com s'elaborarà el producte final. S'ha de pensar quins materials fa servir, com els aprofitarà al màxim, etc. També ha de calcular el que costa fer aquell producte (tenint en compte material, temps emprat per a fer-lo, preu de venda final...)

Aquest càlcul del preu de venda final al públic, també ha de tenir en compte les hores i els costos dels altres departaments o parts de l'empresa (màrqueting, packaging, etc.) En una cooperativa, la gent que és sòcia ha d'estar d'acord amb el preu de venda final que estableix producció a qui hauran passat els seus costos prèviament.

- Heu de calcular el preu final del producte utilitzant aquest full que us adjuntem

<https://drive.google.com/file/d/1MttOfolcQpPvdK12rqdn2PfaF0vGooST/view?usp=sharing>

DEPARTAMENT DE MÀRQUETING

El departament de màrqueting té la funció de coordinar l'estratègia de vendes. També ha d'encarregar-se de satisfer els que demana i necessita el client. O, si cal, "crear-li" aquesta necessitat. *A màrqueting s'ha d'aconseguir que l'empresa sigui important al mercat i pujar vendes o ingressos. Això s'aconseguirà després d'un "estudi de mercat" i actuant sobre quatre punts:*

1. **Producte:** s'ha de tenir clar què es vol vendre, els seus defectes i virtuts.
2. **Promoció:** com aconseguir que el producte es conegui en la població i entre els possibles clients.
3. **Distribució:** és la manera de fer arribar el producte als compradors.
4. **Preu:** L'haurà estudiat el departament de producció, cal coordinar-s'hi

- Heu de pensar com fer un anunci de "Pantalla per a llum d'espelma" i fer la representació que podeu gravar i penjar a YOUTUBE. Cal que hi surtin els quatre punts que hem comentat: producte, preu, promoció, distribució. Si us sembla important que sigui "original", feu-lo ben diferent i quan envieu el vídeo, recordeu d'explicar perquè us ha semblat important que ho fos.

DEPARTAMENT PACKAGING:

És una secció del departament de Màrqueting. **El packaging és la ciència, l'art i la tecnologia de protecció de productes per a la seva distribució, emmagatzematge, venda i ús.** A *packaging* s'ha d'aconseguir d'atreure l'atenció dels clients i ser la finestra principal per on comunicar-se amb el consumidor. La presentació d'un producte, és fonamental fins al punt que pot fer que un producte sigui un èxit o un fracàs.

Tot i fer-ne molta publicitat, o que el producte tingui molta qualitat, el/la consumidor/ora decideix què compra quan és davant el producte; quan veu l'etiqueta, la capsa, l'envàs amb què es presenta. Aspectes com si és funcional, reutilitzable, amb un disseny atractiu o valuós... són fonamentals per aportar valor afegit al producte final.

- Busqueu un parell de fotos del que seria un bon empaquetat per la pantalla (tingueu en compte que pot anar planera també) i expliqueu perquè.

Per agafar idees, a Instagram podeu consultar:

@Packaging Ideas

@Packaging of the world

@Bio packaging

LA GRAN PREGUNTA

I ara que heu arribat fins aquí és el moment de posar la pantalla per a llum d'espelma al mercat!!

Per això cal que recolliu totes les conclusions a què heu arribat, totes les estratègies que heu elaborat per tal que aquest producte tingui totes les condicions per a ser un èxit i així tots els membres de la cooperativa en surtin guanyant. Ah, per cert! Aquesta cooperativa ha de tenir un nom! Poseu-li.