Lanbide Heziketan Ekonomia Solidarioa txertatzeko gida

Jarduera-koadernoa

Egileak: alboan ONG JESUITA FUNDAZIOA · Egibide · somsorrostro · Peñascal kooperatiba · Fe y Alegría El Salvador · reas euskadi ekonomia alternatibo eta solidarioaren sarea red de economía alternativa y solidaria

Finantzatzaileak: Garapenerako Lankidetzaren Euskal Agentzia / Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo · Eusko Jaurlaritza Gobierno Vasco · Bizkaia foru aldundia diputación foral

Aurkibidea

1. Sarrera 4

2. Curriculum-edukien eskema 5

3. Jarduerak 9

1. Urratsa: negozio ideia 10

2. Urratsa: merkatua, bezeroak eta konkurrentzia 13

3. Urratsa 3: marketin mix 14

4. Urratsa: giza baliabideak 15

5. Urratsa: ekonomia eta finantzak 17

6. Urratsa: amia 20

4. Eranskinak 21

Lanbide Heziketan Ekonomia Solidarioa txertatzeko gida. Jarduera-koadernoa

Egileak: **Alboan**, REAS Euskadi, Egibide, Somorrostro, Peñascal, FYA El Salvador.

Data: Abendua 2020.

Diseinu eta maketazioa: Marra, S.L.

Dokumentu hau Creative Commonsen lizentzia honekin argitaratzen da:

Aitortu-EzKomertziala-LanEratorririkGabe 3.0 Espainia.
Lizentzia osoa: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.eu

1. Sarrera

1. Sarrera

Gu bizi garen mundu honetan, planetan dauden 2.153 pertsona aberatsenek 4.600 milioi pertsonak[1] (munduko biztanleriaren % 60) baino aberastasun handiagoa dute, edo emakumeen eta gizonen arteko soldata-arrakala alarma pizteko bezain handia da oraindik ere (%23 NBE Emakumeen arabera[2]). Bi lagin baino ez dira, baina argi adierazten dute egungo eredu ekonomikoak pertsona guztiei garapen-aukera berdinak eskaintzeko gero eta zailtasun handiagoak dituela, eta gutxi batzuen irabazi ekonomikoa lehenesteak lehentasuna duela herritar gehienen ongizatearen gainetik, batez ere baztertuenen ongizatearen gainetik.

Gainera, banaketa- eta kontsumo-eredu erabat jasangaitz batean oinarritutako ekoizpen-eredu bat da. Eredu horrek ez du balio munduko biztanleen oinarrizko beharrak asetzeko, eta, gainera, aurrekaririk gabeko ingurumen-krisi batera eraman gaitu, zeinak zalantzan jartzen duen merkatu librearen ereduaren funtsa bera.

Egoera horren aurrean, mundu osoko milaka pertsonak eta erakundek ekonomia ulertzeko beste modu baten alde egiten dute, pertsonak erdigunean jartzeko. Esku artean duzun hezkuntza-materialak, hain zuzen ere, aldaketa hori bilatzen duten eredu alternatiboetako batera hurbildu nahi ditu Lanbide Heziketako irakasleak eta ikasleak: ekonomia sozial eta solidariora.

Material horrek bi koadernotxo ditu: eskuetan duzuna, Enpresa eta Ekimen Ekintzailea (EEE) moduluan ikasleekin egiteko jarduerekin, eta irakasleei zuzendutako koadernotxo teorikoa, non ekonomia sozial eta solidarioaren (ESS) funtsezko elementuak erraz hedatzen diren.

Materiala **Alboan** eta REAS Euskadiko hainbat ikastetxetako irakasle eta teknikariek sortu dute. Hala, Egibidek, Somorrostro Prestakuntza Zentroak, Peñascal Kooperatibak eta Fe y Alegría El Salvadorrek beren esperientzia eman dute, jarduerak komenigarriak direla ziurtatzeko eta lanbide-moduluaren berezko curriculumera egokitzeko. Bestalde, **Alboan** eta REAS Euskadi arduratu gara ESSko edukiak materialean presente egoteaz, ikasleek ekonomia ulertzeko beste modu batzuk ezagutu ahal ditzaten.

Prestakuntza-, egokitzapen-, truke- eta elkarrizketa-ahalegin handia izan da, eta parte hartu duten pertsonek beren lan ona materialaren zerbitzura jarri dute; horregatik, biziki eskertzen diegu jasotako laguntza eta materialean jarritako maitasuna.

Enpresa-plana izan da materiala diseinatzeko izan dugun funtsezko ardatza, ulertuta irakasle gehienek horren inguruan egituratzen dituztela EEEaren edukiak. Horregatik, enpresa-planaren funtsezko alderdiekin lotutako jarduerak garatu ditugu (negozio-ideia, merkatua, bezeroak eta lehia, marketina, finantziazioa). Jarduerak modu sekuentzialean egin daitezke, canvas sozialak bezalako tresnen aplikazioari lotuta, edo bereizita, irakasle bakoitzaren beharren arabera.

Espero dugu materiala baliagarria izatea zuretzat, eta bide horretan topo egiten jarraitzea, mundu bidezkoago bat eraikitzeko.

1 https://www.oxfam.org/es/notas-prensa/los-milmillonarios-del-mundo-poseen-mas-riqueza-que-4600-millones-de-personas

2 https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/csw61/equal-pay

2. Curriculum-edukiak

2. Curriculum-edukiak

Honako taula honetan, jarduera bakoitzean lantzen diren ikaskuntzaren emaitzak eta edukiak jasotzen dira, bai lanbide-moduluari berari dagozkionak, bai ekonomia solidarioari dagozkionak. Jardueraren izenak pasabideari eta jarduera-zenbakiari egiten dio erreferentzia: adibidez, P1A1, lehen urratsaren lehen jarduerari egiten dio erreferentzia.

Jarduera	IE	EEE edukiak	Ekonomia Solidarioko edukiak
P1A1	Ekimen ekintzaileari lotutako gaitasunak ezagutzen ditu, eta lanpostuen eta enpresa-jardueren ondoriozko eskakizunak aztertzen ditu.	Ekimen ekintzailea: ekintzaileen funtsezko faktoreak: ekimena, sormena eta prestakuntza. Enpresaburuak, enpresa-jarduera gauzatzeko betekizunak.	Ekintzailetza sozialaren kontzeptua. Ekonomia Sozial eta Solidarioko ekimenak mugitzen dituzten balioak.
P1A2	Enpresa txiki bat sortzeko aukera definitzen du, jardun-ingurunean duen eragina baloratuta eta balio etikoak txertatuta.	Enpresa eta bere ingurunea: Enpresa baten ingurune orokorra aztertzea. Enpresa baten ingurune espezifikoa aztertzea. Enpresa batek bere ingurunearekin dituen harremanak. Enpresa batek gizarte osoarekin dituen harremanak.	Arazo sozialak eta ingurumen-arazoak aztertzea. Analisi hori negozio-ideia bihurtzea. Canvas soziala.
P2A1	Enpresa txiki bat sortzeko aukera definitzen du, enpresa-ideia hautatuta eta bideragarritasuna babesten duen merkatu-azterketa eginda, jardun-ingurunean duen eragina baloratuta eta balio etikoak txertatuta.	Internet bidez sektoreko enpresen datuak bilatzea. Garatu beharreko enpresaren ingurune orokorra aztertzea. Negozio-eredua ezartzea, merkatu-azterketaren ondorioetatik abiatuta.	Ekonomia solidarioaren ezaugarriak negozio-eredua ezartzerakoan. Enpresa batek bere ingurune espezifikoarekin eta gizarte osoarekin dituen betebeharrak (garapen iraunkorra). Lana eta familia uztartzea. Sektoreko enpresen erantzukizun soziala eta etikoa. Merkatu-azterketa: ingurunea, bezeroak, lehiakideak eta hornitzaileak.

Jarduera	IE	EEE edukiak	Ekonomia Solidarioko edukiak
P3A1	Enpresa txiki bat sortzeko aukera definitzen du, enpresa-ideia hautatuz eta bideragarritasuna, jardun-ingurunean duen eragina baloratuz eta balio etikoak txertatuz. Enpresa-plana egiteko, ondoren abian jartzeko eta eratzeko jarduerak egiten ditu, forma juridikoa hautatuta eta lotutako legezko betebeharrak identifikatuta.	Garatu beharreko enpresaren ingurune orokorra aztertzea. Negozio-eredua ezartzea, merkatu-azterketaren ondorioetatik abiatuta. Zehaztutako ideiari buruzko berrikuntza-ariketak egitea. Marketin-plana ezartzea: komunikazio-politika, prezioen politika eta banaketa-logistika. Merkatu-azterketa. Ingurunea, bezeroak, lehiakideak, hornitzaileak. Zorroztasuna proiektuaren bideragarritasun teknikoa eta ekonomikoa ebaluatzean.	Enpresa-etika baloratzea. Tokiko garapen iraunkorra eta komunitarioa bultzatzea, enpresaren ingurune orokorra aztertuta. Lankidetza eta bidezko merkataritza-harremanak. Irizpide etiko, iraunkor eta feministak txertatzea marketin-planean eta bideragarritasun tekniko eta ekonomikoaren ebaluazioan.
P4A1	Ekimen ekintzaileari lotutako gaitasunak ezagutu eta balioesten ditu, eta lanpostuen eta enpresa-jardueren ondoriozko eskakizunak aztertzen ditu. Enpresa txiki bat sortzeko aukera definitzen du, enpresa-ideia hautatuz eta bideragarritasuna babesten duen merkatu-azterketa eginez, jardun-ingurunean duen eragina baloratuz eta balio etikoak txertatuz. Enpresa-plana egiteko, ondoren abian jartzeko eta eratzeko jarduerak egiten ditu, forma juridikoa hautatuta eta lotutako legezko betebeharrak identifikatuta.	Ekintzaileen funtsezko faktoreak aztertzea: ekimena, sormena, lidergoa, komunikazioa, erabakiak hartzeko gaitasuna, plangintza eta prestakuntza. Internet bidez sektoreko enpresen datuak bilatzea. Garatu beharreko enpresaren ingurune orokorra aztertzea. Lanbide-arloko ereduzko enpresa bat aztertzea. Zerga- eta lan-dokumentuak betetzea. Enpresaburuaren kontzeptua. Ekintzaileen jarduna enpresaburu gisa. Ekintzaileen jarduna sektoreko enpresa bateko enplegatu gisa.	Ekintzailetza soziala. Enpresa batek bere ingurune espezifikoarekin eta gizarte osoarekin dituen betebeharrak (garapen jasangarria). Lana eta familia uztartzea. Erantzukizun soziala eta enpresa-etika. Genero-berdintasuna errespetatzea. Enpresa-etika baloratzea. Administrazio- eta lege-izapideak betetzea errespetatzea. Enpresa bateko lanbide-profilak egiteko eta giza baliabideak kudeatzeko orduan irizpide etikoak eta genero-irizpideak txertatzea.

Jarduera	IE	EEE edukiak	Ekonomia Solidarioko edukiak
P5A1	Enpresa txiki bat sortzeko aukera definitzen du, enpresa-ideia hautatuz eta bideragarritasuna babesten duen merkatu-azterketa eginez, jardun-ingurunean duen eragina baloratuz eta balio etikoak txertatuz.	Negozio-eredua ezartzea, merkatu-azterketaren ondorioetatik abiatuta. Sektoreko enpresa baten bideragarritasun teknikoa, ekonomikoa eta finantzarioa lantzea. Enpresa kontzeptua. Enpresa motak. Enpresa baten funtsezko elementuak eta arloak.	Negozio-eredua ezartzerakoan alderdi etikoak eta moralak kontuan hartzea. Enpresa batek bere ingurune espezifikoarekin eta gizarte osoarekin dituen betebeharrak (garapen jasangarria). Sektoreko enpresen erantzukizun soziala eta etikoa.
P5A2	Enpresa-plana egiteko, ondoren abian jartzeko eta eratzeko jarduerak egiten ditu, forma juridikoa hautatuta eta lotutako legezko betebeharrak identifikatuta. ETE baten oinarrizko kudeaketa administratibo eta finantzarioko jarduerak egiten ditu, kontabilitate- eta zerga-betebehar nagusiak identifikatuta eta dokumentazioa beteta.	Finantzaketa-iturriak aztertzea eta enpresaren aurrekontua egitea. Forma juridikoa hautatzea. Dimentsioa eta bazkide kopurua. Fiskalitatea enpresetan. Lanbide-arloko enpresentzako laguntzak, dirulaguntzak eta zerga-pizgarriak. Enpresaren jabeen erantzukizuna. Zorroztasuna proiektuaren bideragarritasun teknikoa eta ekonomikoa ebaluatzean. Enpresen legezko betebeharrak (fiskalak, lanekoak eta merkataritzakoak).	Enpresaren balantze soziala aitortzea eta baloratzea. Enpresa-etika baloratzea. Elkartasunezko eta lankidetzazko finantzaketa-aukerak. Herri-administrazioen diru-bilketarako sistema, ongizate-estatua mantentzeko.

3. Jarduerak

1. Urratsa. Negozio-ideia

1. Jarduera. Ekintzailetza sozialeko esperientziak ezagutuz

Iraupena:
60 minutuko bi saio edo 60 minutuko saio bat.

Beharrezko materiala:
Ordenagailua, proiektorea, arbela edo papelografoa eta errotuladoreak.

Baliabide gehigarriak:

Ekintzailetza sozialari buruzko bideoa:
https://youtu.be/IwibvZGdsj8

Ekintzaile sozialik ezagutzen ez baldin bada, jarri harremanetan REAS Euskadirekin:
944 16 05 66 reaseuskadi@reaseuskadi.net

Nazioarteko esperientzia baterako, jarri harremanetan Fe y Alegría El Salvadorrekin:
Sara Escobar, hezkuntza ez-formaleko arduraduna
s.escobar@feyalegria.org.sv

Dinamizatzailearentzako orientabideak/ transmititu beharreko ideia nagusiak:

Jarduera horri bi saio eskaintzea ezinezkoa baldin bada, denborak laburtu daitezke eta ekintzailearekin bakarrik egin daiteke saioa. Kasu horretan, pertsona horrek ekintzailetza sozialaren kontzeptua sar dezake eta, ondoren, bere esperientzia zehatza aurkez dezake, tarte bat utziz ikasleek galderak, zalantzak eta abar egin ditzaten.

Garrantzitsua da ikasleei azpimarratzea beren "grinetatik" abiatuta, eragiten dien horretatik, beren ingurunea, gizartea, mundua... hobetzeko modu bat aurki dezaketela ziurtasun osoz.

Jardueraren garapena:

Jarduera hau 2 saiotan egitea proposatzen dugu:

Lehen saioa:

Dinamizatzaileak "ekintzailetza soziala" hitzak arbelean edo papelografo batean idatziko ditu, eta ikasleek elkarri lotuta daudela uste duten hitzak edo marrazkiak gehitu behar dituzte. Zer elementu etortzen zaizkie burura hitz horiek entzutean? Zer esan nahi du sozial "deiturak"? Zerk bereizten du ekintzailetza "normaletik"? (20 min).

Ondoren, ekintzailetza sozialari buruzko bideo bat ikusiko dugu, eta, ikusi ondoren, ikasleei azalduko diegu laster pertsona bat etorriko dela ekintzaile sozial gisa izandako esperientzia kontatzera. Orain arte ikusitakoa kontuan hartuta, taldeka banatuko dira, eta talde bakoitzak pertsona horri egin nahi lizkiokeen bi edo hiru galdera pentsatu beharko ditu (30 minutu).

Behar besteko aurrerapenarekin egiten baldin bada, dinamizatzaileak galderak bidal diezazkioke ekintzaile sozialari, hitzaldiaren aurretik izan ditzan eta aldez aurretik landu ditzan.

Bigarren saioa:

Saioaren helburua da ekintzaile batek bere esperientzia zehatza azaltzea. Nola heldu zen ekintzailetzaren gaira, zertan oinarritu den bere ideia, zergatik kokatu duen "soziala" denaren esparruan, zer ezaugarri behar dituzten, bere ustez, ekintzaileek...

> Pertsona ekintzailearen hasierako azalpena (30 min). Ikasleen galderak aldez aurretik jaso baldin baditu, horietako batzuei erantzun diezaieke.

> Ikasleekiko elkarrizketa (30 minutu). Ikasleek prestatuta zituzten eta erantzun ez diren galderak egingo dituzte, edo erantzun batzuei buruzko argibideak eskatuko dira.

2. Jarduera. Arazoak, konponbideak eta negozio-ideia

Iraupena:

60 minutuko 2 saio.

Beharrezko materiala:

Post-itak edo kartoi mehezko txartelak, errotuladoreak.

Baliabide gehigarriak:

CANVAS feminista mihise baten eraikuntza:

https://www.economiasolidaria.org/files/Eje_6_Taller_Construccion_de_un_lienzo_Canvas_Feminista.pdf

Eranskinak:

1. eranskina: Canvas sozial eredua eta azalpen-dokumentua.

https://emprendes.net/wp-content/uploads/sites/3/2016/04/M01-Canvas-ESS.pdf

Jardueraren garapena:

Jarduera hau 2 saiotan egitea proposatzen dugu:

Lehen saioa:

1. Ikasleak taldeka banatuko dira (ikasgaia lantalde egonkorren arabera lantzen baldin bada, talde horiek berak erabiliko dira). Koaderno teorikoan agertzen diren datuak eta informazioak ikasgelan banatuta aurkeztuko dira (post-itetan, kartoi meheetan, folioetan, marrazkietan, grafiko arruntetan...). Denbora bat utziko da taldeak espazioan mugitzeko datuak irakurriz (10 minutu).

2. Ondoren, gure inguruan dauden arazo nagusiei buruzko ideia-zaparrada bat egingo dugu. Horretarako, "3-12-3" teknika erabiliko dugu (25 minutu):

> Kartoi mehezko txarteletan edo post-itetan parte-hartzaile bakoitzak burura datozkion hainbat arazo idatziko ditu, bere ustez gizartean, hirian, presente daudenak (3 minutu, arazo bat txartel bakoitzeko). Dinamizatzaileak txartel guztiak jasoko ditu.

> Ondoren, hasierako taldeetan banatuta, talde bakoitzari 3 txartel inguru banatuko zaizkio. 12 minutu dituzte txarteletan agertzen diren arazoak konpontzeko. Arazoa oso handia baldin bada, alda dezakete, harekin zerikusia duen zerbait zehatzagoan lurreratzeko. Txartelak konbinatu ditzakete, arazoren bat berrinterpretatu edo txartel bakar batean zentratu eta besteak alde batera utzi. Askatasun osoa dute, eta sormenari eman behar zaio lehentasuna. Dinamizatzaileak esan behar die gainerako taldeei azaldu beharko dietela zer konponbidetara iritsi diren.

> Azkenik, talde bakoitzak identifikatu duen irtenbidea azalduko die besteei (3 minutu).

3. Ondoren, talde txikietan lan egitera itzuliko da (15 minutu). Talde bakoitzak, orain arte landutako guztia eta beste taldeek planteatutako irtenbideak erabiliz, negozio-ideia identifikatu behar du. Idatziz utzi behar dute, hurrengo saioan berriz landu ahal izateko. Zenbat eta zehatzagoa eta xehatuagoa izan, orduan eta hobeto, baina ez da ezer gertatzen zerbait orokorragoan geratzen bada, bigarren saioan (ondoren) gehiago zehazteko aukera izango baitute.

Arazoak, konponbideak eta negozio-ideia

Bigarren saioa:

Bigarren saio honetan, aurreko saioko lana berreskuratuko dugu. Aurreko saioan identifikatutako irtenbide posible horiekin hasita, talde bakoitzak negozio-ideia zehaztu eta garatu behar du, canvas sozialaren tresnaren bidez. Horretarako, urrats hauek proposatzen ditugu:

1. Aurreko saioko taldeak berreskuratu eta negozio-ideia zehazten amaitzeko eskatuko diegu, aurreko saioan egindako lanetik abiatuta (15 minutu).
2. Canvas sozialen ereduaren eta azalpen-dokumentuaren (1. eranskina) kopia bat emango diegu, eta labur azalduko diegu zertan funtsatzen den (10 minutu).
3. 1. eranskineko azalpen-dokumentuan adierazitako ordenari jarraituz, talde bakoitzak canvasaren atalak osatuko ditu. (30 minutu).

Ez da beharrezkoa orain canvas asko zehaztea, enpresa-planaren hurrengo urratsetan canvasen atalak landuko dituzte, eta une horretan ikasleei eskatu ahal izango diegu canvasen atal zehatzari heltzeko eta gehiago zehazteko.

Dinamizatzailearentzako orientabideak/ transmititu beharreko ideia nagusiak:

Jarduera hau lantalde egonkorren bidez egiteko pentsatuta dago, lanbide-moduluan zehar irakasgaia enpresa-plan baten elementuak garatuko baitituzte talde horiek. Zure kasua ez baldin bada, eta banaka lan egitea nahi baldin baduzu, lehenengo saioan 1. eta 2. urratsa taldean egin ditzakezu, eta 3. urratsa banaka. 2. saioa banaka egin daiteke. Nolanahi ere, gure gomendioa da talde-lanari eustea, jardueren emaitzak aberatsagoak eta askotarikoagoak izaten baitira. Gainera, talde-lanak ikasleengan gatazken ebazpenarekin eta abarrekin lotutako beste gaitasun batzuk lantzeko aukera ematen digu.

Garrantzitsua da, canvasean aurrera egitean, urrats bakoitzean hartzen ditugun erabakiek ingurumenean eta gizartean duten eraginari buruz galdetzea. Era berean, duten garrantziagatik eta gure gizartean eta maila globalean errotuta daudelako, beharrezkoa da berariaz galdetzea genero-inpaktuei buruz. Horretarako, “CANVAS feminista mihise baten eraikuntza” dokumentua erabiltzea gomendatzen dugu.

2. Urratsa. Merkatua, bezeroak eta konkurrentzia

1. Jarduera. Merkatu Solidarioa

Iraupena: 2 ordu.

Beharrezko materiala:

Ordenagailuak eta proiektorea, paperezko materiala.

Baliabide gehigarriak:

REASi buruzko bideoa:
https://vimeo.com/80540676

Eranskinak:

1. eranskina: Irakasleentzako teoria.

2. eranskina: Ikasleentzako txantiloia.

Dinamizatzailearentzako orientabideak/transmititu beharreko ideia nagusiak:

REAS zer den, non jarduten duen, zer jarduera-sektore hartzen dituen eta zer ezaugarri dituen azaltzea. Galdetu ikasleei REASen printzipioei buruz, uste ote duten printzipio horietakoren bat aplika litekeela beren enpresetan, nola egingo luketen...

1. urratsean canvas soziala landu baldin bada, REASen printzipioak berrikus daitezke, beren canvasetan nola txerta ditzaketen ikusteko, bai eta enpresa horietako batzuk canvasaren alderdi batzuk aldatzeko inspirazio gisa erabiltzera adoretu ere.

Jardueraren deskribapena:

Egingo dugun jarduera ikasleei dagoen ekonomia solidarioko sarea (REAS) zer den azaltzea izango da, haren ezaugarriak zein diren eta zein arlotan aritzen den. Ondoren, ekonomia solidarioko enpresak bilatu beharko dituzte sektoreka, lehiakideak zeintzuk izango diren eta non egin dezaketen lekua ikusteko. Hori guztia bi saiotan garatzea proposatzen dugu:

Lehen saioa (ordu 1):

1. Irakasleak REAS zer den azalduko du, labur, eta merkatu sozialari buruzko bideoa ikusiko da. (15 minutu)
2. Ikasleek REASi buruzko informazioa bilatuko dute Interneten: zer den REAS, zer printzipio dituen, zein den jarduera-eremua, zer produkzio-sektore hartzen dituen (25 minutu)
3. Informazio hori guztia bateratu egingo da. Horretarako, irakasleek 1. eranskina erabil dezakete laguntza gisa. (20 minutu)

Bigarren saioa (1h):

1. Ikasleak taldeka banatuko dira, eta 2. eranskinaren kopia bat emango zaie. Ekonomia solidarioko enpresak sektoreka bilatu behar dituztela azalduko zaie. Talde bakoitzari bi edo hiru sektore esleitu dakizkioke, edo talde guztiek sektore guztiak bilatzea. Taldeek canvas soziala egin badute eta negozio-ideia identifikatuta badute, beren ideiari dagokion sektorea eslei dakieke (ahal bada). (15 minutu)
2. Talde bakoitzak Interneten bilatuko du informazioa, eta taula osatuko du. (25 minutu)
3. Bildutako informazioa bateratuko da. (20 minutu)

3. Urratsa. Marketin mix

1. Jarduera. Marketin mix, denak ez du balio bezeroaren beharrei erantzuteko

Iraupena:

50 minutuko bi saio.

Beharrezko materiala:

Ikasgelako materiala.

Eranskinak:

1. eranskina:

Marketin mixari buruzko teoria.

2. eranskina:

Marketin mixaren inpaktuen taula.

3. eranskina:

Galdera orientatzaileak.

Jardueraren garapena:

Taldeko jarduera bat proposatzen dugu marketin mixeko 4 elementuek (produktua, prezioa, sustapena eta banaketa) izan ditzaketen eraginak aztertzeko. Horretarako, urrats hauek proposatzen ditugu:

1. Marketin mixaren eta 4 koadranteen azalpen laburra. (1. eranskina). (20 minutu)
2. Ikasleek aurpegiak ikusteko moduan jarriko gara (biribilean, adibidez), eta pertsona bakoitzak bere negozio-ideia azalduko du gainetik: zer produktu eta nola salduko duen. Ikasle guztiek beren proposamena aurkeztu ondoren, irakasleak egindako ideia-iradokizunen bidez, zalantza adieraziko da, aldaketa behar duten enpresa egiteko moduan planteamenduak egon daitezkeela. Adibidez: ikasleek garatu duten produktuaren/zerbitzuaren prezioaz hitz egiten dutenean, irakasleak merkatuko prezio baxuak ezartzeak dituen kostu erantsiak komentatu ditzake; horrela, ikasleek beraiek hausnartu eta gauzak beste modu batera egitea planteatuko dute. Horretarako, irakasleak 2. eranskina erabil dezake. (40 minutu)
3. Erronda hori egin ondoren, ikasleei beren marketin mixa egitea proposatuko zaie, gauzak modu tradizionalean egiteak gizartean eta ingurumenean dituen ondorioak ezagututa. Horretarako, orientazio-galdera batzuk proposatzen dira 3. eranskinean. (40 minutu)

Dinamizatzailearentzako orientabideak/transmititu beharreko ideia nagusiak:

Garrantzitsua da ikasleei pentsaraztea guztiak ez duela balio bezeroak erakartzeko, haien beharrak asetzeko, haien eskakizunetara egokitutako produktuak garatzeko eta salmentak sortzeko. Beti hartu behar dira kontuan gizarte-, ingurumen- eta genero-kontuetan sortzen ari garen inpaktuak.

Genero-ikuspegian sakondu nahi baldin bada, publizitate sexistari buruzko hausnarketa egin daiteke, batez ere genero-estereotipoekiko bereziki sentikorra den produkturen bati lotutako negozio-ideiaren bat planteatzen ari baldin bada (autoak, kosmetika...).

Aurretiazko jardueretan canvas sozialaren tresna erabili baldin bada, antzeko sekuentzia bat proposa daiteke, eta “bezeroekiko harremana eta komunikazioa”, “bezero eta erabiltzaileen segmentua” eta “kanalak” atalak garatzeko eska dakieke ikasleei, bai eta prezioak ere (canvasaren “diru-sarreren fluxuari” gehitu diezaiokete).

4. Urratsa. Giza Baliabideak

1. Jarduera. Antola gaitezen

Iraupena:

55na minutuko 2 saio.

Beharrezko materiala:

Arbela, Interneterako konexioa duten ordenagailuak informazioa bilatzeko.

Baliabide gehigarriak:

Elkarrizketa ereduko bideoa

https://www.youtube.com/watch?v=gS39gIAK-s8

Ideia-zaparrada bat dinamizatzeari buruzko bideoa:

https://www.youtube.com/watch?v=gujEDA_rHTc

Profil pertsonal eta profesionalari buruzko bideoa:

https://www.youtube.com/watch?v =OrGBgOTnnDo

Eranskinak:

1. eranskina:

GGBBen Sailaren departamentalizazioa eta eginkizunak.

2. eranskina:

Lan-elkarrizketetan ikuspegi soziala, ingurumenekoa eta feminista txertatzeko irizpideak eta galderak.

Jardueraren garapena:

Jarduera rol-joko bat burutzean funtsatzen da, paper bat jokatzen ari balira bezala, zeinean enpresaren GGBB (Giza Baliabideen) saila (bitartekorik gabe) langileak kontratatzeko lan-elkarrizketak (ikus 1. eranskina) simulatuko dituen. Horretarako, bi saio proposatzen dira: bata, rol-jokoa prestatzekoa, eta, bestea, elkarrizketak egitekoa. Proposatutako garapena honako hau da:

1. saioa:

1. Enpresa batean egiten diren funtzioei buruzko ideia-zaparrada bat egitea proposatuko zaie ikasleei. Arbelean apuntatuko dira, gero taldekatu eta ordenatzeko. Internet ideiak bilatzeko erabil dezakete. (20 minutu)
2. Ondoren, enpresaren sailkapenaren kontzeptuari buruz hitz egin behar da, eta aurreko urratsean izan daitezkeen funtzioak detektatu ondoren, enpresa osatzen duten sailetan banatuko dira (1. Eranskina kontsultatu). (15 minutu).
3. Sail horietako bakoitzeko (ekoizpena, ekonomia eta finantzak, marketina, giza baliabideak, erosketa-salmentak...) 3-4 pertsonako taldetan banatuko da ikasgela. Sailetako bat GGBBena da, eta horretan egingo diren lanak identifikatzen saiatuko gara (jarduera honetarako, langileekin zerikusia duten zereginak izango ditugu ardatz, ez kudeaketari dagozkionak). Identifikazio horretarako, 1. urratsean identifikatutako funtzioak erabil daitezke, eta horiek osatu. Gainerako taldeek ariketa bera egin dezakete beren sailaren berezko eginkizunekin. (10 minutu)
4. GGBBen sailean identifikatutako zereginetako bat lan-elkarrizketak egitea da. Orain, pertsonen profiletan nahi ditugun gizarte-, ingurumen- eta feminismo-balioak hautemateko balio duten galderak egitea eskatuko zaie. 2. eranskina aurkez dakieke, adibide gisa erabil daitezkeen irizpide batzuk ikusteko. Urrats hori osatzeko astirik ez baldin badute, etxean lanean jarrai dezakete, hurrengo saiorako prest izateko. Beste taldeetako gainerako ikasleek beren curriculuma egokitu dezakete, horrelako irizpideak talde horietan sartu ahal izateko. LPO (Laneko Prestakuntza eta Orientabidea) moduluan beren curriculuma egingo dute, eta, beraz, lan hori aprobetxa dezakete. (10 minutu)

4. Urratsa. Giza Baliabideak

Antola gaitezen

2. saioa:

1. (Aukerakoa) Irakasleak labur-labur azalduko du zer den profil pertsonala eta profesionala. Horretarako, bideo bat erabil dezake (ikus Baliabide gehigarriak). (20 minutu)

2. (Aukerakoa) Gero, denbora bat utziko da ikasleak aurreko saioko sailen arabera berriz jartzeko. GGBBen sailak egin nahi dituen galderak errepasatuko ditu (ikus adibideak 2. eranskinean), eta gainerako sailetan curriculuma egokitzen amaituko dute. (10 minutu)

3. Lan-elkarrizketak egingo dira. GGBBen saileko kide bakoitza sail batera joango da elkarrizketak egitera (profil jakin baten bila), banakako elkarrizketak egiteko. Bilatzen ari garena komenigarria den ala ez idatziz jasoko da, eta, aldi berean, hautagaien lehen mozketa egingo da. (30 minutu)

4. Elkarrizketak egin ondoren, GGBBen sailean bilduko dira berriro, eta elkarrizketatutako pertsonen egokitasunari buruz eztabaidatuko dute. Pertsona bat aukeratuko dute sail bakoitzeko. (25 minutu)

Dinamizatzailearentzako orientabideak/transmititu beharreko ideia nagusiak:

Irakasleak ikasleen parte-hartzea eta motibazioa bultzatu behar ditu, haiei ideiak "erauzteko" eta jarduera ahalik eta arinena izan dadin. Bigarren egunean, komeni da irakasleak elkarrizketak behatzea, ikasleak ebaluatzen joateko.

Bigarren saioak aukerako urrats batzuk ditu, eta horiek ez egitekotan elkarrizketei eskaini dakieke denbora hori. Beste aukera bat profil pertsonala eta lan-profila lantzeko denbora gehiago ematea da, eta elkarrizketak egiteko hirugarren saio bat erabiltzea.

5. Urratsa. Ekonomia eta finantzak

1. Jarduera. Ereduak konparatuz

Iraupena: 2 ordu.

Beharrezko materiala:

Ikasgelako materiala, ordenagailuak eta Interneteko konexioa.

Baliabide gehigarriak:

Jarduera honekin zerikusia duten erreferentziak ematen dira, irakasleentzat baliagarriak:

- https://www.economiasolidaria.org/biblioteca/la-economia-social-y-solidaria-una-economia-para-las-personas
- https://www.econlink.com.ar/economia-social
- https://enciclopediaeconomica.com/economia-social/
- https://www.portafolio.co/economia/solidaria-modelo-para-buscar-el-bien-comun-510170
- https://economipedia.com/definiciones/economia-social.html
- http://www.dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/5448/resource_files/Coraggio_ESS_Trabajo_antes_que_capital.pdf
- http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/493/Introducci%C3%B3n%20a%20la%20Econom%C3%ADa%20Social%20de%20Mercado%20(Pdf)%20v_2.pdf?sequence=1
- https://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad_de_consumo
- http://www.filosofia.org/enc/ros/capital.htm
- https://www.monografias.com/trabajos95/economia-capitalista/economia-capitalista.shtml
- https://economipedia.com/definiciones/capitalismo.html
- https://economipedia.com/definiciones/economia-de-mercado.html

Eranskinak:

1. eranskina: Informazioa jasotzeko taula.

Jardueraren garapena:

1. Sarrera (15 minutu)

Irakasleak ikasleei azalduko die munduan ez dagoela funtzionamendu ekonomikorako eredu bakar bat. Azalduko da gaur egun nagusi den eredua kontsumo-eredu kapitalista dela, kontsumitzeko premian eta kapitalak eta jabetzak sistemaren funtzionamenduan duten garrantzian oinarrituta, ikasleek horri buruz sor ditzaketen zalantzak argitu, baina gaian gehiegi sakondu gabe. Batez ere, interesgarria da ikasleek informazioa bilatzea, aztertzea, eta gai izatea horri buruzko beren eduki propioa sortzeko.

Jarraian, ikasleak binaka edo hiruko taldetan antolatuko dira, eta planteatuko da ekonomia sozial eta solidarioaren eredua kontsumoko ekonomia kapitalistaren ereduarekin alderatzeko baliagarria den online informazioa bilatu behar dutela.

Horretarako, hurrengo informazioa bilatu beharko dute:

> eredu bakoitzaren oinarrizko printzipioak;

> eredu horietako bakoitzaren ezaugarri nagusiak.

2. Bikotean edo hiruko taldeetan lan egitea (Ordu 1 eta 15 minutu)

Aurkitzen duten informazioarekin 1. eranskinean agertzen den taula osatu beharko dute, bi ereduak modu eraginkorrenean alderatu ahal izateko.

3. Bateratzea eta ixtea (30 minutu)

Informazio-bilaketa amaitu, hura aztertu, 1. eranskineko taulan jaso eta behar bezala egituratu ondoren, talde guztiek egindako lana bateratuko da.

Bateratze-lana egin ondoren, nolabaiteko hausnarketa egitea sustatuko da, eredu batek eta besteak gizarte- eta ekonomia-funtzionamenduari ekartzen dizkioten alderdi positibo eta negatiboei buruz taldeak egindako balorazioa barne hartuta.

Ereduak konparatuz

Dinamizatzailearentzako orientabideak/transmititu beharreko ideia nagusiak:

Komeni da irakasleak I. eranskina osatzeko informazioa ematen duten Interneteko erreferentziak izatea, bikoteen edo talde txikien lana errazteko baliabide gisa. Zenbait iradokizun baliabide gehigarrietan utzi ditugu. Era berean, proposamen honekin batera doan koadernotxo teorikoak sarrerarako informazio erabilgarria jasotzen du.

Alternatiba metodologiko interesgarria izan daiteke ekonomia sozial eta solidarioan aditua den pertsona bat gonbidatzea, lan-saioan irakasleari laguntzeko eta jarduera-ren dinamikan laguntzeko. Kontua ez litzateke, beraz, aditu horrek eskola magistral bat ematea, baizik eta jarduera dinamizatzen eta ikasleek izan ditzaketen zalantzak argitzen laguntzea.

2. Jarduera. Finantziazio solidarioa eta kapitalaren sozializazioa

Iraupena: ordu 1.

Beharrezko materiala:

Ikasgelako materiala.

Baliabide gehigarriak:

Jarduera honekin zerikusia duten erreferentziak ematen dira, irakasleentzat baliagarriak:

- https://es.wikipedia.org/wiki/Banca_ética
- https://elbiensocial.org/es/entidades-banca-etica-espana/
- https://es.wikipedia.org/wiki/Micromecenazgo
- https://www.universocrowdfunding.com/que-es-el-crowdfunding/
- https://www.marketing-xxi.com/patrocinio-y-mecenazgo-116.htm
- https://masdearte.com/fuera-de-menu/patrocinio-y-mecenazgo-diferencias-y-porques/
- https://redautonomos.es/emprendedores/economia-social
- https://www.cepes.es/social/entidades_cooperativas

Eranskinak:

1. eranskina:

Informazioa jasotzeko taula.

Jardueraren garapena:

1. Aurkezpena (10 minutu)

Ekonomia solidarioan oinarritutako finantzaketa-ereduen aurkezpen labur bat egiten da, enpresa-ekimen jakin bat abian jartzeko banku-finantzaketa kapitalistaren ereduaren ordezko formula gisa, kapitala sozializatzeko ereduak barne. Ondoren banku-finantzaketa kapitalistaren eredua azaltzen da (maileguak, bermeak, interesak, abalak, kuotak, gabealdia, penalizazioak, eskritura-gastuak...).

Jarraian, ikasleak binaka edo hiruko taldetan antolatuko dira, eta enpresaren esparruan kapitala finantzatzeko eta sozializatzeko hainbat ereduri buruz gehiago jakiteko balio duen online informazioa bilatu behar dutela planteatuko da. Taldea honela antolatuko da: talde bakoitzak eredu bati buruzko informazioa bilatu beharko du, eta, horrela, talde guztiek interesa duen informazio multzoa bildu beharko dute, gutxienez honako hauei buruz:

> Ekonomia sozialeko sozietateak. Motak eta ezaugarriak.

> Banku etikoa.

> Crowdfundinga.

> Mezenasgoa.

2. Bikotean edo hiruko taldeetan lan egitea (30 minutu)

Aurkitzen duten informazioarekin 1. eranskinean agertzen den taula osatu beharko dute, informazioa modu eraginkorrenean alderatu ahal izateko.

3. Bateratzea eta ixtea (20 minutu)

Informazio-bilaketa amaitu, eta 1. eranskineko tauletan jaso ondoren, talde guztiek egindako lana bateratuko da.

Bateratzearen ondoren, nolabaiteko hausnarketa egitea sustatuko da, taldeak balorazioa egin dezan kapitala finantzatzeko eta sozializatzeko ereduek enpresa-ekimenari ekartzen dizkioten alderdi positibo eta negatiboei buruz.

Finantziazio solidarioa eta kapitalaren sozializazioa

Dinamizatzailearentzako orientabideak/transmititu beharreko ideia nagusiak:

Aurkezpena ikasleen parte-hartze aktiboa sustatzen duten baliabide didaktikoak sartuz egitea komeni da. Aurkezpena hasteko, komeni da taldeari galderak egitea, aurkezpenaren edukiari buruz zer dakiten edo zer ez dakiten jakiteko; edukiaren eta ikaslearen beraren bizipen eta/edo esperientzien arteko loturak egitea; finantzaketa solidarioko esperientzia zehatzen berri izan dezaketen galdetzea, adibidez.

Baliabide gehigarrien atalean informazio gehiagorako esteka batzuk daude.

Canvas sozialen eredua erabiltzen baldin bada, funtsezko baliabideen koadrantea erabil daiteke, taldeek erabaki dezaten nola lortuko duten enpresaren hasierako finantzaketa. Era berean, enpresa-planaren esparruan, arreta berezia jarriko da jarduera horri buruzko informazioarekin zerikusia duten bi gairi buruzko erabakiak hartzeko balorazioan, eta bermatuko da ikasleek bi gai horiei buruz egiten duten azterketan gizarte-ekonomiako sozietateen ereduak eta finantzaketa solidarioko formulak sartzen direla:

> Eratu beharreko sozietatearen forma juridikoaren mota zehaztea.

> Enpresa-ekimenaren bideragarritasun- eta finantzaketa-plana.

6. Urratsa. Ebaluazioa eta hobekuntza: AMIA

2. Jarduera. AMIA

Iraupena:

50 minutuko 2 saio.

Beharrezko materiala:

Kartoi meheak, Post-itak, Errotuladoreak, Zeloa.

Baliabide gehigarriak:

AMIA bat zer den azalpen laburra:

https://eu.wikipedia.org/wiki/AMIA_analisi

Eranskina:

1. eranskina:

AMIA matrizea.

Dinamizatzailearentzako orientabideak/transmititu beharreko ideia nagusiak:

AMIA orain arte egin diren aurretiazko urrats batzuen artean sar daiteke, edo, azkenean, garatu duten negozio-ideiaren sendotasuna kontrastatzeko, baita aurki litezkeen zailtasun batzuk ere. Kontua ez da AMIAren emaitza, teknika ikastea eta aplikatzen jakitea baizik. Garrantzitsua da hasieran azpimarratzea negozioaren ideiak gizartean eta ingurumenean izan ditzakeen eraginak kontuan hartu behar direla, AMIAn kontuan hartu ahal izateko; izan ere, une horretan zailtasun horietakoren bat gainditzeko aukerak sor dakizkieke. Era berean, AMIAk ordura arte agertu gabeko zailtasunen bat ikusaraz lezake.

Jardueraren garapena:

Jarduerak bi une ditu:

Lehen unea (1. saioa):

> Taldeka banatuko dira; ahal dela, talde bakoitzak bere negozio-ideia garaturik izango du aurreko urratsetan. Talde bakoitzari AMIA matrizea emango zaio (1. eranskina). AMIA zer den eta nola osatzen den azalduko da labur-labur. (15 minutu)

> Talde bakoitzak bere AMIA osatuko du, emandako orientabideei jarraituz. AMIA kartoi mehe batean osatuko da, horman itsatsi ahal izateko. (30 minutu)

Bigarren unea (2. saioa):

> Taldeek AMIA osatu ondoren, paretan itsatsiko dira denak. Taldeak gelan zehar ibiliko dira, beste taldeek egin dituzten AMIAk aztertuz. Beste AMIAei ekarpenak egiteko eskatuko diegu. Horretarako, hiru gauza eskatuko dizkiegu (30 minutu):

- Positiboa: AMIAren zerbait positiboa.
- Interesgarria: Harritu dituen zerbait, aurretik pentsatu ere egin ez zutena.
- Hobetu behar du: AMIA hobetzen lagundu dezakeen elementuren bat.

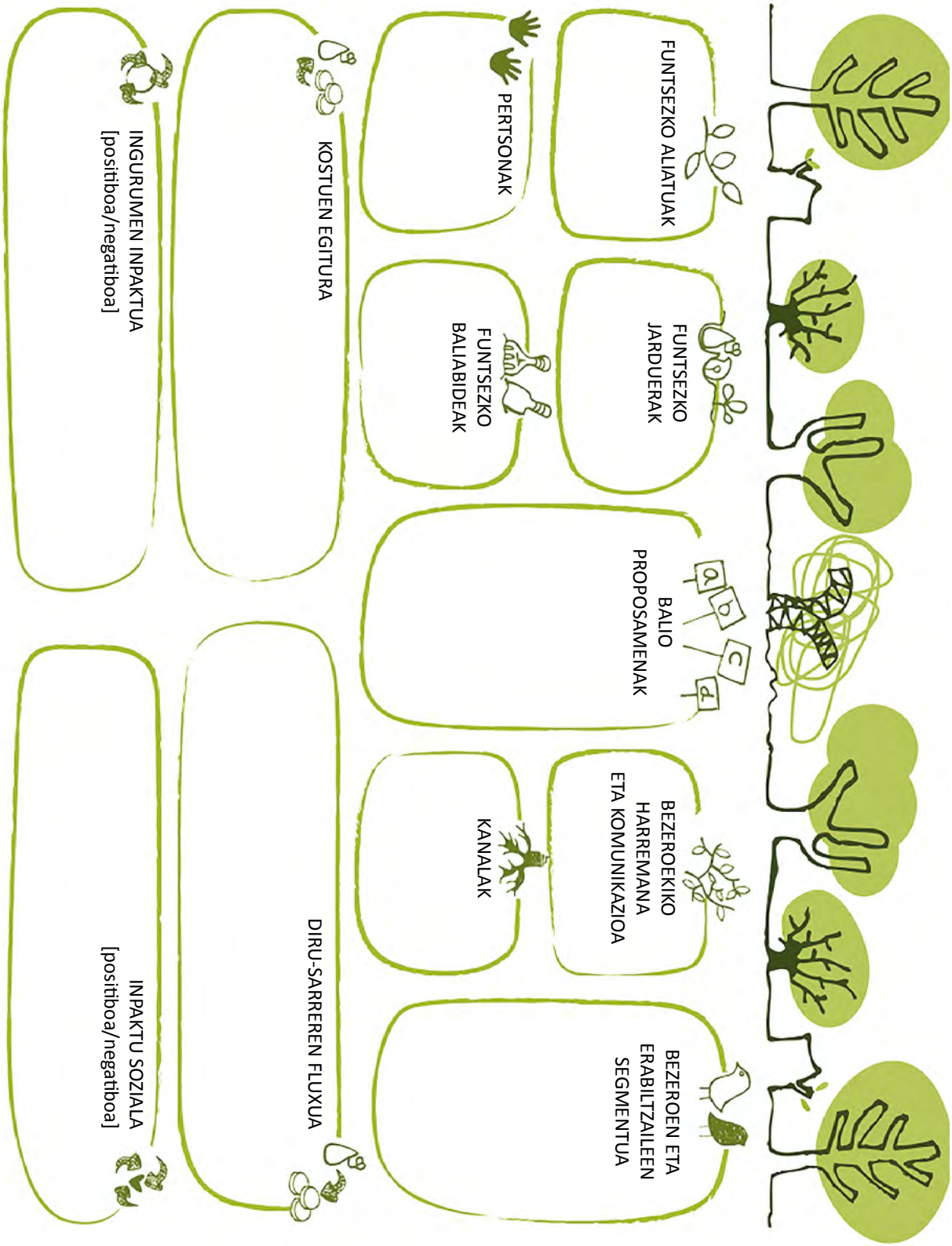
> Ekarpen horiek idatziz jasoko dira dagokion AMIAren ondoan jarriko den folio batean.

> Talde bakoitza berriro bilduko da, jasotako ekarpenak aztertuko ditu eta AMIAri azken aldaketak egingo dizkio. (20 minutu)

4. Eranskinak

1. Urratsa. Negozio-ideia. 2. Jarduera

2. Eranskina. Canvas sozialaren eredua



2. Urratsa. Merkatua, bezeroak eta konkurrentzia. 1. Jarduera

1. Eranskina. Irakasleentzako teoria

REASen orrian aurki dezakegunaren laburpen txiki bat da. Irakasleak hau irakur dezake, eta/edo bilatu eta ikasleekin komentatu, REAS webgunetik.

Bideo esteka: https://vimeo.com/80540676

Zer da REAS

REAS-Ekonomia alternatibo eta solidarioko Sareen Sarea duela 25 urte sortutako sare konfederala da, 15 lurralde-sarek eta 5 sare sektorerialak osatua (finantza etikoak, energia berriztagarriak, etxebizitza kooperatiboa, bidezko merkataritza eta berreskuratzaileak). 800 enpresa eta erakunde inguru biltzen dituzte, 9.000 pertsona kontratatuta, 24.000 boluntario eta milaka pertsona proiektu kooperatiboekin lotuta, eta urteko diru-sarrerak, guztira, 700 milioi euro baino gehiagokoak dira (Ikusi aurkezpen txostena esteka honetan: www.bit.ly/REAS25aniversario).

Zergatik eta zertarako sortu zen REAS

Ekonomia solidarioa ekonomiaren deshumanizazio gero eta handiagoari, ingurumenaren eta bizi-kalitatearen narriadurari eta kulturan eta hezkuntzan gero eta degradazio handiagoa eragiten duten balio etikoen gabeziari erantzuteko beharretik sortu zen. Ekonomiaren deshumanizazio horren ondoriorik nabarmenenak honako hauek dira: pobrezia eta desberdintasun sozialak areagotzea, bereziki emakumeei eraginez, bazterketa sozial eta ekonomikoa, langabezia eta enplegu prekarioa. Inguratzen gaituen arazoaren handitasunak erronkak sortzen ditu, eta hainbeste gabezia eta narriadurari aurre egiteko erantzunak eskatzen ditu.

Noiz sortu zen REAS

1995ean eratu zen, eta 2000ko abenduan estatutuak aldatu eta Sareen Sare bihurtu zen. Ordutik, sare horiek lurralde-sareak eta sare sektorialak biltzen dituzte.

Jarduera eremua

Erakundeen % 80k baino gehiagok tokiko, probintziako edo autonomia-erkidegoko jarduera-eremua du; horrek lurraldearekiko hurbiltasuna adierazten du, bai eta toki-erakundeekiko solaskide izateko gaitasuna ere.

REASen ezaugarriak

Ekonomia Solidarioaren antolakundeek honako ezaugarri hauek dituzte:

> Enpresa/erakunde solidarioak proposatutako edo egindako produktu, zerbitzu eta ekintzek bizi-kalitatea hobetzen laguntzen dute.

> Enpresa/erakundea ahal den moduan kudeatzen da botere publikoekiko edo hirugarren erakunde ororekiko, nahiz eta erakunde horrek finantzatu.

> Jarrera kritikoa hartzen du karrera produktibistak, lehiakortasunak eta inbertsio teknologikoek eragindako gehiegikeriei dagokienez.

> Bidezko merkataritza-harremanak garatzen ditu.

> Informazioaren zirkulazioa enpresa/erakunde barruan eta kanpoan ziurtatuta dago. Lotura du kudeaketaren finantza- eta giza alderdiekin, garapen-estrategiekin, erakundearen egitura hierarkikoarekin, gizartean duen eraginarekin...

> Langileak beren lanari edo enpresaren etorkizunari buruzko erabakiekin lotuta daude.

> Arreta berezia ematen zaio lanaren kalitateari eta langile guztien kualifikazioa hobetzeari.

> Enpresak/erakundeak laguntza ematen die egoera ahulean dauden talde edo eskualdeetan abiatutako ekimen solidarioei.

Barnean hartzen dituen jarduera sektoreak

Ekonomia solidarioaren mugimenduak ekoizpen-jarduera ugari biltzen ditu:

Altzariak, etxetresna elektrikoak, liburuak, dekorazio-objektuak eta abar berreskuratzen, birziklatzen eta saltzen diharduten laneratze-enpresak. Zenbait erakundek hiri-hondakinak auzo edo eskualde osoetan biltzeko emakida dute.
Paperaren birziklapena eta papertegiko objektuen sorrera.
Autoenplegurako ekimenak sortzeko mikrokredituak: drogaren mendeko ohientzako edo oso iraupen luzeko langabeentzako kooperatibak, lan-sozietateak edo sozietate autonomoak.
Bizikleta darabilten mezularitza-enpresak.
Desgaitasunen bat duten pertsonek lan egiten duten mezularitza-enpresak.
Desgaitasunen bat duten pertsonek lan egiten duten nekazaritza ekologikoko landetxeak.
Bidezko Merkataritzako eta Elkartasuneko Dendak.
Truke-erakundeak: baliabide ekonomiko baxuak dituzten pertsonen arteko dairurik gabeko zerbitzu-trukeak.
Produktu ekologikoen kontsumo- eta banaketa-kooperatibak.
Liburu-dendak, aldizkariak eta ekonomia alternatibo eta solidarioarekin lotutako argitalpenen banatzaileak.
Gazteentzako laguntza-, jarraipen- eta bitartekaritza-programa.
Ingurune irekiko arlo sozialeko eta hezkuntza-arloko lan-programa hezitzaileekin.
Lorezaintzako eta haztegietako enpresak.
Aholkularitza ekintzaileei eta laneratze-enpresen kudeaketari.
Enplegua aktiboki bilatzeko Orientazio soziala, lan-orientazioa eta laguntza preso ohientzat, etxegabeentzat, gazteentzat eta abarrentzat.
Baztertuta geratzeko arriskuan dauden gazteen enplegua sustatzeko zentroak.
Gestore eta teknikarientzako (kontratatuak edo boluntarioak) prestakuntza eta truke-topaketak.
Ingurumen-hezkuntza.
Cateringa, ostalaritza eta landa-ostatuak.
Etxez etxeko laguntza-zerbitzuak.
Egoera sozial zailean dauden adingabeentzako etxe funtzionala.
Garbiketa- eta mantentze-enpresak.
Ehungintzako enpresak.

2. Eranskina. Ikasleentzako txantiloia

Informazioa REASen web orrialdean bilatuta, bete ezazu honako taula hau.

Sektorea	1. Enpresa	2. Enpresa
Zerbitzu sozialak		
Eraikuntza		
Produktuen banaketa		
Nekazaritza		
Ostalaritza		
Finantzak		
Informatika		
Energia		
Ehungintza		
Kultura		
Lankidetza		
Hezkuntza		

3. Urratsa. Marketin mix. 1. Jarduera

1. Eranskina. Zer da Marketin Mixa?

Kudeaketa-tresna garrantzitsua eta erraza da, eta bezeroa du abiapuntu, haren beharrak aztertzera eta ulertzera bideratzen baititu ahalegin guztiak, horrela, produktuak, zerbitzuak eta zerbitzu osagarriak garatu ahal izateko, haren eskakizunetara egokituz, gogobetetze-maila handitzeko eta balioa gehitzeko.

4P izenekoek edo Marketing Mix tresnak, bete nahi duen beharra zein den jakinda, edo bestela esanda, erosketaren bidez kontsumitzaileari zer arazo konpondu nahi dion jakinda, merkatuen gabezia horietara egokitutako produktu-zerbitzuak (P1) deskribatzen ditu, erosketa gauzatzeko prezioak (P2) finkatzen ditu, publizitatearen bidez (P3) ezagutarazten du, entregatzeko baldintzak, erosteko tokiak (P4) jakinarazten ditu, eta produktuak leku eta une egokian saltzen ditu. *4 P horiek elkarren artean lotuta daude, eta, horrela, oso modu eskematikoan ikus daiteke zein den salmenta-kopuru handiagoa lortzeko enpresa-estrategia.*

Azken ikerketen ondorioa da 4P horiek ez direla gai beharrezko informazio guztia biltzeko, 9P beharko liratekeela, eta hauek direla falta direnak: pertsonalizazioa, prozesua, parte-hartzea, proba eta predikzioa.

> Bezeroengan gogobetetze-sentsazioa sortzen duten eta, aldi berean, enpresari onura ekonomikoak ematen dizkioten produktuak/zerbitzuak aurkitu nahi dira. Horretarako, enpresak kontrolatzen dituen aldagaiak nahasten dira: produktua, banaketa, komunikazioa eta prezioa.

Produktua:

Saldu daitekeen guztia da, ondasun ukigarria (ordenagailua, galtzak, bizkotxoa) edo ukiezina (app bat, azazkalak konpontzea, errenta-aitorpena egitea) izan. Produktua edo zerbitzua zehaztea funtsezkoa da, inplikazio zuzena baitu gainerako aldagai guztietan.

Hona hemen erosketa sustatzeko garrantzitsuak diren zenbait item:

1. Oinarrizko produktua (autoa, garbigailua, mediku-zerbitzua...).
2. Marka (marka zuria, famatua, ezaguna edo berria den...).
3. Bilgarria (zaindua, erabilgarria, deigarria, bere edukia adierazten duena).
4. Logoa eta koloreak (lerro sinpleak, kurbak, kolore neutroak...).
5. Eroslearen gogoak produktu hori nola hautematen duen (garrantzitsua dela sentiarazten dion, atsegin duela sentitzen duen, funtsezkoa den berarentzat...).

Prezioa:

Enpresaren biziraupena eta arrakasta zehazten duen faktorea da. Produktu baten prezioa ezartzerakoan, kontuan hartu beharko dira enpresaren errentagarritasuna eta etekin ekonomikoa lortzeko saldu behar den produktuaren kopurua. Gainera, badira beste faktore batzuk, honela sailka ditzakegunak:

Barneko faktoreak:

1. *Enpresa-helburuak,* adibidez: lortu nahi den epealdirako edo merkatu-kuotarako finkatutako mozkinak.
2. *Ekoizpenaren kostu finkoak eta aldakorrak*: zenbat balio duen lehengaiak, langileen lanorduak, hornidurak...
3. *Beharrezko inbertsioa:* makineria, gaitutako lokala, segurtasun-neurriak...

Kanpoko faktoreak:

1. *Merkatua eta eskaria:* Jakin behar da nola dagoen produktu edo zerbitzu horren merkatua, ea eskaririk dagoen, ea lehiarik den (zer posizionamendu duen, nola saltzen duen, zer preziotan, nola jasotzen duten eskatzaileek...).
2. *Enpresaren makroingurunea:* Faktore demografikoak, geografikoak, teknologikoak, politikoak, legalak, kulturalak...

3. *Erabilera-balioa eta bezeroaren pertzepzioa:* Bezeroak nola hautematen duen produktu hori, zenbat ordaintzeko prest dagoen, zer balio-bizitza duen, kontsumitzaileek zer erabilera-balio ematen dioten produktu edo zerbitzu horri.

Sustapena

Enpresak bezeroaren erosketa-erabakiak estimulatzeko eta haren jokabidea aldatzeko duen modua da. Uler daiteke komunikazio-bide erraza dela, igorle bat (enpresa), hartzaile bat (bezeroa) eta mezu bat dituena (zer produktu saltzen den, zer preziotan eta nola iristen den azken produktua kontsumitzailearengana, besteak beste).

Hainbat faktore daude erosketa egiteko eskatzailea nola konbentzituko den zehazteko orduan.

1. Publizitatea:

a. Horretarako erabiliko diren bitartekoak (postontzietan banatzea, iragarkiak telebistan, irratia, web-orriak...)

b. Zer merkatu-segmentutara iritsi nahi den (masa handiak, publiko jakin bat, inpertsonala...)

c. Emango duen informazioa (prezioak sartu edo ez, zer irudi proiektatu nahi duen, zer alderdi garrantzitsu nabarmendu nahi dituen...)

2. Salmenten sustapena:

Finkatzea saltzaileak nola egingo duen presioa salmenta berehala lortzeko (deskontuak erosketa-bolumenagatik, puntuen metaketa hurrengoetarako, matrikula ordaintzetik salbuestea une jakin batean egiten bada...)

3. Harreman publikoak:

Bezeroarekin harreman zuzena eduki ahal izateko eta, aldi berean, enpresaren irudia ezagutarazteko enpresak egingo duen ahalegina zehaztea. Komertzialak kontsumitzaileari zuzenean informatzea bilatu ohi da.

Banaketa (Place):

Produktua/zerbitzua azken kontsumitzailearengana egoera ezin hobean iristeko behar diren ekintzen eta langileen multzoa da. Horretarako, antolakuntza eta dimentsio fisikoak hartu behar dira kontuan.

Antolakuntza:

1. Banaketa-kanalaren diseinua, kanalaren zabaltasuna, kanalaren hautaketa (zuzeneko edo zeharkako salmenta, online edo denda fisikoa, tokiko, nazioko edo nazioarteko merkatua...).

2. Bitartekarien erabilera (kate multinazional handiak, auzoko denda txikiak, lokal esklusiboak...).

3. Banaketa-katearen gaineko kontrola (garraiolari propioa edo banaketa-enpresa bat azpikontratatzea, uneoro ba ote duen produktuaren egoeraren berri...).

Fisikoa:

4. Estrategia komertziala (lokal propioak, bidalketa-gastuak doan...).

5. Lehiaren azterketa (zer egiten duten jakitea, balio handiagoa eskaintzeko).

6. Ingurunearen ezaugarriak (bezeroari eskaintzen zaiona denboran eta forman emateko gai den jakitea).

7. Eskaera-aginduak kudeatzea (zehaztasuna, doitasuna, telefonoz, online, aurrez aurrekoa...).

8. Inbentarioak biltegiratzea, maneiatzea eta kontrolatzea (biltegiko unitateak kontrolatzea, kalitatea bermatzeko baldintza egokiak, berehalako eskuragarritasuna...).

9. Produktuen lekualdaketa fisikoa eta garraioa (erabilitako garraiobidea, enbalajea, segurtasun-neurriak...).

10. Saldu ondoko zerbitzua (bezeroaren arreta, ordezko piezak, harremanetarako telefonoa, itzulketak...).

2. Eranskina. Marketin mixaren inpaktuaren taula

4 PSak	Gaizki egindakoak	Ondorioak
Produktua	Beharrezkoak ez diren beharrak sortu.	Zerbitzuak eskaini enpresaren gertuko ingurunean pentsatu gabe.
	Gehiegizko produkzioa.	Baliabideen zarrastelkeria horrek dakarren aztarna ekologikoarekin. Material merke baina ez iraunkor eta ez arduratsuak bilatu.
Prezioa	Gehiegizko prezioak ezarri.	Ez dira guztientzat irisgarri prezio handia dutelako (baliabide gutxien duten taldeen diskriminazioa).
	Prezio baxuak ezarri konkurrentzia eta kontsumitzaileak presionatzeko estrategia komertzial moduan.	Ekoizpena handitzen da mozkin bera lortzeko: - Aztarna ekologiko handiagoa, - Soldata arrakala handiagoa, - Kostu handiagoak banaketan, horniduran... Langile gehiago baldintza prekarioetan. - Langileek ez dute merezitako soldata kobratzen (kostuak murrizten dira-soldatak jaisten dira-lan baldintza okerragoak dauzkate). - Lehengai merkeagoak erosten dira (dagokiena baino gutxiago ordaintzen zaie ekoizten dituztenei). - Merke erostea bilatzen da, urrutiago erosten da: inpaktu ekologiko handiagoa.
Sustapena	Bezeroa edozein modutan azpian harrapatu nahi duen publizitatea.	Publizitate bonbardaketa baterako materiala erabili (papera eta tinta batez ere). Iritsi eta publikoa konbentzitu horrek izan dezakeen kostu sozialean pentsatu gabe.
	Generoagatik, klase sozialagatik edo arrazagatik modu subliminalean diskriminazioa egiten duten iragarkiak.	Genero desberdintasunekin eta gizarteko rolekin lotutako estereotipo matxistak sortu. Produktu edo zerbitzu desberdinak erakutsi iragartzen duten pertsonen arabera. - Luxuzko produktuak-zuriak eta gizonak, - Garbiketa eta etxea- 40-50 urte bitarteko etxekoandre emakumeak, - Moda-emakume argalak
Banaketa	Ingurune naturalari garrantzirik ematen ez dioten banaketa kanalak.	Airearen eta itsasoen kutsadura saldutako produktuak eta beste herrialde batzuetan erositako lehengaiak garraiatzeko. Herrialdeen eta ingurune naturalen suntsiketa banaketa-kanal horiek hobetzeko, hala autobideak edo errepideak nola biltegiratzeko nabe industrialak eraikiz.
	Produktuak ekoizpen puntutik urruti dagoen leku batera (nazionala edo nazioartekoa) lekualdatu tokiko merkatua alde batera utzita.	Tokiko ekoizpenari kalte egin, eskulangile eta nekazari askok ekoizpen zama gutxiago izatea eraginez, atzerriko produktu merkeagoak erosten direlako.

3. Eranskina. Galdera orientagarriak

Produktua

- Zertan laguntzen diot nire udalerriari?
- Erabil nitzake beste material batzuk hori ekoizteko?
- Beste bizitza bat ematen ari natzaio aurretik zegoen produkturen bati?

Prezioa

- Bidezkoa da diru kopuru hori kobratzea saltzen dudanaren truke?
- Nire komunitateko pertsonek eskuratu ahal izango lukete prezio horrekin?
- Bizi-maila duina bermatzen diet nirekin lan egiten duten pertsonei?

MARKETING MIXA

Betaurreko bidezkoagoekin ikusita

Sustapena

- Publizitatea egiteko hautatutako bitartekoak arrasto ekologikoa uzten du?
- Beharrezkoak ez diren baliabideak erabiltzen ditut neure burua ezagutzera emateko?
- Nire publizitatearekin estereotipo matxista edo arrazistaren bati egiten diot erreferentzia?

Banaketa

- Jaitsi ahalko litzateke moduren batean nire jarduerak ingurune naturalean duen inpaktua?
- Kokaleku egokia hautatu dut nire produktuak saltzeko?
- Nire lehengaiak gertuago erosi ahal izango nituzke?

4. Urratsa. Giza Baliabideak. 1. Jarduera

1. Eranskina. Giza baliabideen (GGBB) sailaren departamentalizazioa eta eginkizunak

1. Zer da departamentalizazioa? Saila identifikatzea eta enpresa baten funtzioak haren izaeraren arabera taldekatzea. Hau da, antzekoak diren jarduera guztiak biltzen dituzte, eta, ondoren, espezializazioari ematen zaio txanda.

2. GGBBen sailaren eginkizunen adibideak:

> Enplegua (langileen beharren planifikazioa, lanpostuen analisia eta deskribapena, langileen bilaketa eta aukeraketa, langileei harrera egiteko plana eta jardunen ebaluazioa).

> Langileen bilakaera: prestakuntza eta garapen-politikak.

> Diruzko konpentsazioa (lanaren balorazioa eta ordainketa).

> Lan-harremanak: lanaren eskubideak eta betebeharrak eta laneko arriskuen prebentzioa.

> Zerbitzu sozialak: pizgarri sozialak.

2. Eranskina. Lan elkarrizketetan ikuspegi soziala, ingurumenekoa eta feminista txertatzeko irizpideak eta galderak

A) Ekonomia sozial, solidario eta feministarekin lotutako irizpideak:

Langileak kontratatzeko irizpide garrantzitsuenak honako eremu hauetako erantzunekin lotuta leudeke:

1. Demokrazia eta parte-hartzea barne-erabakiak hartzerakoan. Erabakiak taldean eta elkarrizketaren eta errespetuaren bidez hartu behar direla ulertzen duten pertsonak bilatzen ditugu. Parte-hartzea eta erantzukizun horizontala.

2. Elkartasuna lankideen artean. Lanean isolatzen ez diren eta konfiantzan eta elkarri laguntzean oinarritutako giroa sortzeko gai diren pertsonak bilatzen ditugu, bakoitzaren aukeren barruan.

3. Tokiko produktuaren eta ekoizlearen aldeko apustua. Kontsumitzeko orduan, hurbileko hornitzaileen tokiko produktuak bultzatzen dituzten pertsonak bilatzen ditugu, tokiko eta gertuko ekonomia sortzeko, parte hartzen dugun gizartearen konpromiso gisa.

4. Ingurumena funtsezkoa da. Ingurumenarekin konprometituta dauden eta klima-aldaketaren prozesuaz jabetzen diren pertsonak bilatzen ditugu.

5. Pertsonak dira erabakien erdigunea. Erabakiak hartzerakoan, horiek pertsonengan izan ditzaketen eraginetan pentsatzea bilatzen dugu.

6. Ingurune sozial bat bilatzea bere ongizatea bilatzeko (gizarteratzea, lana eta familia kontziliatzea, genero-berdintasuna, aukera-berdintasuna, diskriminaziorik ez inolako arrazoirengatik, gizarte-kohesioa...). Gaur egun oraindik ere lan- eremuan diskriminazioak daudela badakiten pertsonak bilatzen ditugu, eta ez dugula onartzen inor iraintzen duen jokabiderik, edozein desberdintasun-mota saihesteko aukerak eskainiz.

B) Adibiderako galderak

> Zer deritzozu emakumeek gizonen lan bera egiteagatik batez beste diru gutxiago kobratzeari? Zergatik? Zer proposatuko zenuke egoera hori desagerrarazteko?

> Pentsatzen duena azaltzen duen pertsona al zara? Familiako edo koadrilako erabakietan parte hartzea gustatzen zaizu?

> Demagun etxerako produktu bat erosi behar duzula. Axola litzaizuke pixka bat gehiago gastatzea tokiko hornitzaile bati erosteko, ezagutzen ez duzun hornitzaile bati Internet bidez erosi beharrean?

> Birziklatzen al duzu etxean? Erantzuna baiezkoa baldin bada, nola?

> Ikaskide batek beste bati eraso egiten dion egoera bat ikusiz gero, zer egingo zenuke?

5. Urratsa. Ekonomia eta finantzak. 1. Jarduera

1. Eranskina. Informazioa biltzeko taula

Ekonomia kapitalista		Ekonomia sozial eta solidarioa	
Oinarrizko printzipioak		Oinarrizko printzipioak	
Ezaugarri nagusiak		Ezaugarri nagusiak	
Identifikatutako desberdintasun nagusiak			

5. Urratsa. Ekonomia eta finantzak. 2. Jarduera

1. Eranskina. Informazioa biltzeko taula

Ekonomia sozialeko sozietateak		Crowfundinga	
Banku etikoa		Mezenasgoa	
Identifikatutako desberdintasun nagusiak			

6. Urratsa. Ebaluazioa eta hobekuntza: AMIA. 1. Jarduera

1. Eranskina. AMIA matrizea

Deskribatu koadro bakoitza zure negozio-ideiaren arabera, zein diren Indarguneak (berezko ezaugarri positiboak), Aukerak (inguruneak eskaintzen dizkizun ezaugarri positiboak), Ahuleziak (berezko ezaugarri negatiboak) eta Mehatxuak (inguruneak dauzkan murrizketak).

Ahuleziak Zer AHULEZIA gainditu behar dituzu zure negozioa bideragarri egiteko?	**Mehatxuak** Zer MEHATXU gainditu behar dituzu eragin negatiboa murrizteko zure negozioa abian jartzean?
Indarguneak Zer INDARGUNE identifikatzen dituzu zure negozioaren hasierari mesede egiteko?	**Aukerak** Zure jarduera enpresarialaren edo negozioaren alde joka dezaketen zer AUKERA daude merkatuan edo ingurunean?