

## ENPRESA PROIEKTU KOOPERATIBOAREN GIDA

### ❖ ENPRESA-PROIEKTUAREN DESKRIBAPENA

**Gomendatutako aldia:** Azaroaren 18tik 28ra

**Agiriaren gehienezko luzera:** Orrialde 1

Atal honetan, taldeak bere **negozio-ideia** azaldu beharko du, eta ze **enpresa-eredutan** eratuko den.

**GARRANTZITSUA:** Gogora ezazue proiektua **nahitaez** egon beharko dela **oinarrituta kooperatiba-eredu batean**.

Deskriba ezazue proiektuaren xede den jarduera modu laburrean, bai eta hura garatzeko orain arte egin diren urratsak. Azalpen horretan, **ezingo dira falta ondorengo oinarritzko datuak:**

- Proiektua/produktua/zerbitzua identifikatzen duen izena.
- Sozietatearen xedea (enpresa ze helburutarako eraten den).
- Kokalekua.
- Hasiera-data.
- Forma juridikoa.
- Kooperatiba mota (adibideak: lan elkartuko kooperatiba, osasun kooperatiba, kontsumitzaileen kooperatiba, nekazaritzako elikagaien kooperatiba, etab.)
- Zuen proiektuak aurrera jarraitzen badu, uste duzue garrantzitsua litzatekeela eredu kooperatibo batean oinarrituta egotea? Argudiatu erantzuna.
- Garatuko den jardueraren azalpena laburra.
- Ekingo den kooperatiba-proiektuaren misioa, ikuspegia eta balioak
- Zein arazo ari zarete heltzen proiektuarekin? Nola hobetuko duzue mundua garapenaren bitartez?
- Aurreikusten duzuen langile kopurua.
- Beharrezko inbertsioaren kalkulua, oro har, eta inbertsioaren finantzazioa.
- Proiektuaren balorazio globala: indarguneak eta zailtasunak

\*Jarduera abiarazita baldin badago, eratu zenetik jarraitu den prozesua eta elementurik garrantzitsuenak laburbildu beharko dira oro har..

### ❖ ENPRESA-PROIEKTUAREN ANALISIA

**Gomendatutako aldia:** Azaroaren 29tik abenduaren 23ra

**Agiriaren gehienezko luzera:** 5 orrialde

Enpresa-proiektuaren analisisan, funtsezko **bi helburu bete** beharko ditu taldeak:

- 1.- Proiektua **bideragarria dela frogatzea**.
- 2.- **Merkatuan gure produktu edo zerbitzurako hutsune bat dagoela frogatzeko** beharrezko informazioa ematea.

Horretarako, merkatuari, lehiakideei, xede-taldeari eta inguruneko baldintzatzaileei buruzko informazioa eman beharko duzue.

**\*MERKATUA:** Deskribatu gure xede-merkatuaren ezaugarriak.

- Balioetsitako tamaina.
- Bilakaera eta hazkunde-tasak.
- Merkatu mota (eskualdekoa, nazio mailakoa, nazioartekoa, etab.)
- Zein sektoreri zuzentzen zaion negozioa

**\*LEHIAKIDEAK: Xehetasunez aztertuko ditugu lehiakideak.**

- Lehiakideen deskribapena: nor diren eta non dauden, nolakoak diren eta ze zerbitzu eskaintzen dituzten, nola saltzen duten, enpresen dimentsioak, merkatuan duten posizionamendua.
- Definitu lehiakideen aurrean dituzuen indarguneak eta ahuldadeak

**\*XEDE-TALDEA: Zuzenduko gatzaizkien bezero potentzialak nor diren definituko dugu. Garrantzitsua da erosteko erabakia hartzen dutenak eta azkenean produktua edo zerbitzua kontsumitzen dutenak bereiztea.**

- Deskribatu kontsumitzailearen profila (sexua, adina, eskualdea, maila sozio-ekonomikoa).
- Aztertu kontsumitzailearen jokaera.
- Dimentsionatu merkatu potentziala.
- Etorbizuneko joera.

**\*INGURUNEKO BALDINTZATZAILEAK: Ingurunea da gure enpresaren mugetatik kanpo dagoen oro, hau da, kontrolatu ezin duguna; nolahi ere, eragin dezakegu ingurune horretan. Oso aldakorra eta konplexua da, eragile eta agertoki ugari esku hartzen baitu, ezin dira kontrolatu eta aurreikusteko zailak dira.**

-Makro-ingurunea, orokorra edo generikoa

Ingurunearen esparru globalagoa, adibidez: espazio geografiko jakin batean dauden enpresa guztiei modu berean eragin diezaiaketen faktore politiko, ekonomiko eta sozialen multzoa.

-Mikro-ingurunea, berariazkoa-lehiakorra

Antzerako ezaugarriak dituzten edo sektore berean dauden enpresei eragiten dieten hurbilagoko faktoreak. Era horretako ingurunean, ondorengo faktoreak nabarmentzen dira:

- Bezeroak
- Hornitzaileak
- Lehiakideak
- Bitartekariak

❖ **PRODUKTU/ZERBITZU SORTA ETA ESTRATEGIA ETA EKINTZA PLANA**

**Gomendatutako aldia: Abenduaren 26tik urtarrilaren 20ra**

**Agiriaren gehienezko luzera: 4 orrialde**

**PRODUKTU/ZERBITZU SORTA ETA ESTRATEGIA**

**Marketin-estrategiek gure enpresaren helburu komertzialak nola lortuko diren definitzen dute.**

Horretarako, beharrezkoa da:

**-Zein publikori zuzenduko gatzaizkion aukeratzea** (segmentazioa: estrategia bereizgabea, estrategia bereizia edo estrategia kontzentratua).

-Bezeroen buruetan lortu nahi dugun **marka-posizionamendua definitzea**, zenbait alderdi definituz: produktuak eskaintzen duen onura, kalitatea/prezioa, ezaugarriak, erabilera/aplikazioa, kategoriak eta lehiakideak (alderatuta).

**-Marketin mixa osatzen duten aldagaiak** (produktua, prezioa, banaketa eta komunikazioa) modu estrategikoan **lantzea**.

## EKINTZA PLANA

**Proiektua abiarazteko eta denboran zehar irauteko ekintzak.** Ekintza planak aurretiaz ezarri diren helburu estrategikoak lortzeko modu bat proposatzen du. Ekintza plan orok deskribatu eta zehaztu behar ditu ondorengo alderdiak:

- Analisia: egoeraren analisia hartzen du barne, baita zein beharri erantzuteko esku hartuko dugun ere.
- Helburuak: Lortu nahi ditugun berariazko helburuak zein diren definitu behar dugu.
- Jarduerak: gauzatu behar ditugun ekintzak, lanak eta estrategiak deskribatu behar dira.
- Erantzukizunak: lanak eta ardurak esleitu eta banatuko ditugu.
- Baliabideak: ezarpenerako zein banaketarako beharrezkoak izango diren baliabideak zehaztuko ditugu.
- Epeak: hasiera eta amaiera.
- Adierazleak: prozesuaren jarraipena eta ebaluazioa egiteko zein erabakiak hartzeko erabiliko ditugun kudeaketa-adierazleak zehaztu behar ditugu.
- Doikuntzak: etengabe garatzen eta bilakatzen ari den lana denez, prozesuan aurrera egin ahala beharrezko aldaketak edo zuzenketak egingo dira.

### ❖ KOSTUAK ETA DIRU-SARRERA ITURRIAK

**Gomendatutako aldia:** **Urtarrilaren 21etik otsailaren 17ra**

**Agiriaren gehienezko luzera:** **2 orrialde**

**Atal honetan, gure negozioa martxan jartzeko behar ditugun diru-sarrera iturriak eta kostu guztiak xehatuko ditugu.** Gure enpresa-proiektuaren funtsezko beste alderdi bat da, izan ere, hori aztertuta, etorkizuneko gure enpresa ekonomikoki bideragarria den baliozkotuko dugu.

- Kostuen egitura = Zenbat balio du?  
Zein diren gure negozio-ereduaren kosturik garrantzitsuenak  
Zein diren kostu handieneko baliabideak  
Funtsezko zein jarduera diren kosturik handienekoak
- Diru-sarrera iturriak = Zer eskuratuko duzu?  
Bezeroak ze prezio ordaintzeko prest dauden  
Ze prezio ordaintzen duten gaur egun  
Zein diren ordainketa-metodoak  
Nola nahiago duten ordaintzea  
Diru-sarrera modu bakoitzak diru-sarreraren ze portzentaje osatzen duen

---

### AMAIERAKO AGIRIAN APLIKATU BEHARREKO DERRIGORREZKO FORMATUA:

- o Amaierako lanak **6 orrialdeko gutxieneko luzera eta 12 orrialdeko gehienezkoa** izango du, eranskinak barne (behar izatekotan). Paperaren neurria: **DIN A4**.
- o **Ez da onartuko plagiorik.**
- o **Testuaren formatua:** Nahitaezkoa da “**Times New Roman**” letra-mota erabiltzea. **Tamainari** dagokionez, **12 puntukoa**. Ez da onartuko eskuz idatzitako lanik. **Idazketa-lerroek espazio eta erdiko** (1,5 lerro) tartea izan behar dute. Eskuineko eta ezkerreko **marjinak** hiru (3) cm-koak izan behar dira, eta goiko eta beheko marjinak bi zentimetro eta erdikoak (2,5). Agiri osoan zehar errespetatu beharko dira marjina horiek.
- o Idazketa: ezinbestekoa da modu ulergarrian eta soilean deskribatzea, eta ortografia zaintzea.
- o Lana [www.mondragoncitychallenge.com](http://www.mondragoncitychallenge.com) plataformaren bitartez bidali behar da **PDF formatuan**, behin taldeak **behin betiko bertsioa** duenean.
- o Lana aurkezteko epemuga: **2025eko otsailak 17**.