

ENPRESA PROIEKTU KOOPERATIBOAREN GIDA

I) ENPRESA-PROIEKTUAREN DESKRIBAPENA

Gomendatutako aldia: Azaroaren 16tik 26ra

Agiriaren gehienezko luzera: Orrialde 1

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

II) ENPRESA-PROIEKTUAREN ANALISIA

Gomendatutako aldia: Azaroaren 27tik abenduaren 21ra

Agiriaren gehienezko luzera: 5 orrialde

Enpresa-proiektuaren analisisian, 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 gatazka 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 jokoera.
- ◆ Dimentsionatu merkatu potentziala.
- ◆ Etorkizuneko joera.

→ **INGURUNeko BALDINTZATZAILEAK:** Ingurunea da gure enpresaren mugetatik kanpo dagoen oro, hau da, kontrolatu ezin duguna; nolana 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

III) PRODUKTU/ZERBITZU SORTA ETA ESTRATEGIA ETA EKINTZA PLANA

Gomendatutako aldia: **Abenduaren 22tik urtarrilaren 18ra**

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 gatazka aukeratzea** (segmentazioa: estrategia bereizgabea, estrategia bereizita 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.

IV) KOSTUAK ETA DIRU-SARRERA ITURRIAK

Gomendatutako aldia: Urtarrilaren 19etik otsailaren 16ra

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:

- Amaierako lanak **6 orrialdeko gutxieneko luzera eta 12 orrialdeko gehienezkoa** izango du, eranskinak barne (behar izatekotan). Paperaren neurria: **DIN A4**.
- **Ez da onartuko plagiorik.**
- **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) tarteak 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 behar dira marjina horiek.
- Idazketa: ezinbestekoa da modu ulergarrian eta soilean deskribatzea, eta ortografia zaintzea.
- Lana www.mondragoncitychallenge.com plataformaren bitartez bidali behar da **PDF formatuan**, behin taldeak **behin betiko bertsioa** duenean.
- Lana aurkezteko epemuga: **2026eko otsailak 16**.