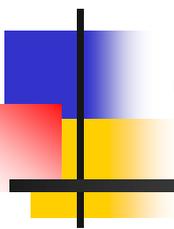
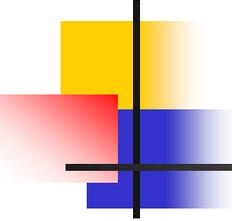


ANALISIS Y PROPUESTA DE MEJORA DE LA SOCIEDAD COOPERATIVA LA FUENTE DE CELLA



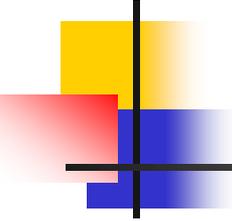
AUNTOR: CELESTE SANCHEZ DOMINGUEZ

DIRECTOR: AURELIO HERRERO BLASCO



INDICE

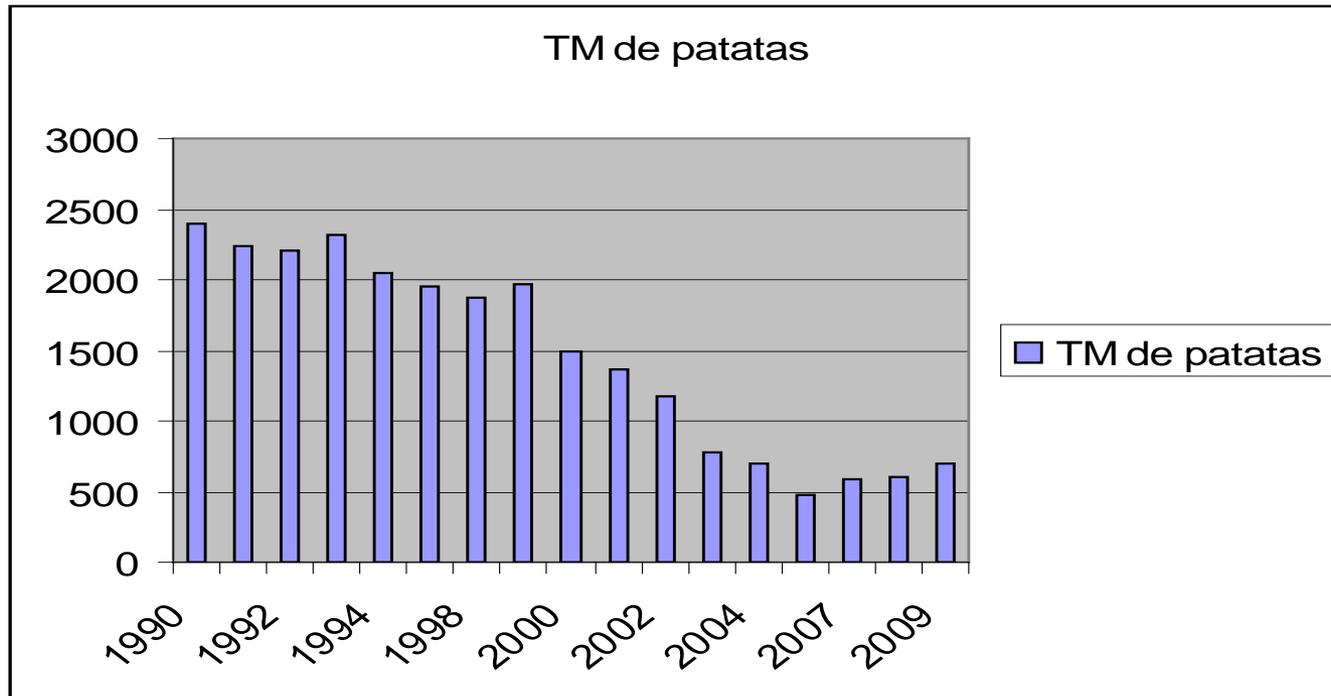
- 1. Justificación del TFC.
- 2. Economía social.
- 3. Sector cooperativista.
- 4. Análisis estratégico.
- 5. Análisis de las operaciones.
- 6. Organización y recursos humanos.
- 7. Análisis económico-financiero.
- 8. Propuesta de mejora.
- 9. Marketing.
- 10. Conclusiones.

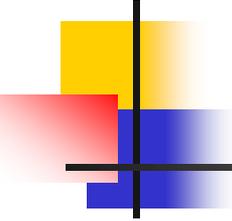


1. JUSTIFICACIÓN DEL TFC

- Dos constantes: agua y espíritu cooperativista forman → La Cooperativa La Fuente de Cella (1980).
- Gran éxito: 200 socios, numerosos compradores de patatas y vendedores de inputs.
- Se vendían entre 5000TM y 6000TM anuales de patatas.

PROBLEMA ACTUAL!!! Caída de la producción de patata anual de 5000 TM a 700 TM, debido al acusado descenso de precios.

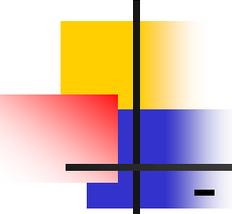


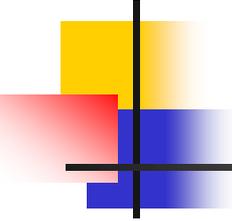


2.ECONOMIA SOCIAL

- La Economía se divide en dos grandes sectores; publico y privado o economía capitalista. En la actualidad, separación demasiado simplista, por lo que nace el tercer sector o economía social.
- Se forma como iniciativa privada, pero responde a intereses sociales.
- Se considera un estabilizante de la crisis del sistema capitalista. (Hegemonía Factor trabajo).
- Factor trabajo como toma de decisiones, capital tan solo es un instrumento necesario para el desarrollo de la actividad.
- Contribución entre un 20% y 30% al PIB de cada país. (Reparto de la riqueza mas equitativo).

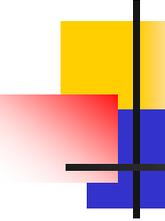
Componentes del Tercer sector:

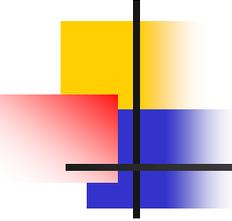
- 
- **Sociedad civil:** Asociaciones formalizadas sin actividad económica; de encuentro (deportivas, de ocio, culturales..) políticas (sindicatos, partidos políticos...)
 - **Sector no lucrativo de la economía social:** Fundaciones, Asociaciones formalizadas con actividad económica, ciertas cooperativas y mutualidades, Caritas, ONCE, Cruz Roja, Obras sociales de cajas de ahorro...
 - **Subsector empresarial de la economía social:** Cooperativas, Mutuas y mutualidades, Sociedad laboral, Sociedad agraria de transformación.



3. SECTOR COOPERATIVISTA.

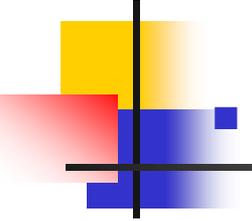
- En España tiene su auge en el siglo XX.
- A pesar de la escasa ayuda de los poderes públicos, existen 25.000 cooperativas (20% agrarias).
- Declaración de valores (por la ACI): Autoayuda, autoresponsabilidad, igualdad, equidad, solidaridad, honestidad, transparencia y vocación social.
- Principios cooperativos; Adhesión voluntaria y abierta, gestión democrática por parte de los socios, participación económica de los mismos, Autonomía, formación, cooperación entre cooperativas e interés por la Comunidad.

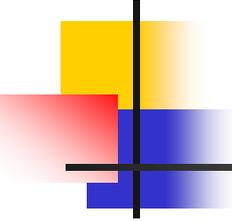
- 
- Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer necesidades económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática.
 - Tipos de sociedades cooperativas: de trabajo asociado, de explotación comunitaria de la tierra, del mar, de transportes, sanitaria, de crédito, de viviendas, de consumidores, y **agraria**.
 - Cooperativa agraria: Formada por los productores agrarios para brindarse recíprocamente servicios de conservación, transformación y venta de la producción derivada de la actividad económica.



4. ANALISIS ESTRATEGICO.

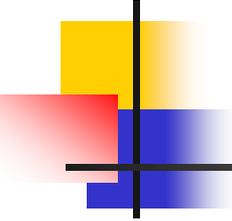
- Análisis externo (5 Fuerzas de Porter):
 - - Escasa amenaza de entrada de nuevas cooperativas.
 - - Escaso poder de negociación de los proveedores.
 - - Alto poder de negociación de los compradores.
 - - Escasa competencia en productos sustitutivos.
 - - Situación positiva en cuanto a competencia entre rivales. (Mayor dimensión → mayor poder de negociación).

- 
- Junto con el análisis interno(capacidades y competencias) y externo creamos la matriz DAFO:
 - - **Fortaleza:** Situación financiera positiva, estructura organizativa muy asentada, certificado de calidad, maquinaria nueva, subvenciones recibidas y “el saber hacer”.
 - - **Debilidades:** Factor climatológico, media de edad elevada de los socios.
 - - **Oportunidades:** Mayor potencial que las cooperativas colindantes, posibilidad de abrirse a nuevos mercados y productos.
 - - **Amenazas:** Caída de precios, terciarización y crisis económica.



5. ANALISIS DE LAS OPERACIONES

- **CEBADA:** Siembra en Octubre, recolecta en Julio. 2 abonos un previo y otro de cobertura. En almacén recibe un tratamiento para evitar deterioro. Secano.
- **TRIGO:** Siembra en Febrero, recolecta en Julio. Regadío y secano.
- **MAIZ:** Siembra en Abril, recolecta en Diciembre. Regadío. Secado en almacén.
- **PATATA:** Siembra en Abril, cosecha en Octubre. Abono especial. Regadío. Limpieza de impurezas.
- **SELECCIONADORA DE SEMILLAS**

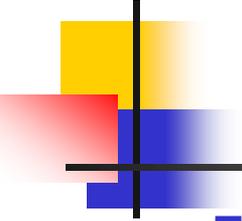


6. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

- Forma jurídica: Sociedad cooperativa. Funcionan de manera democrática, sin ánimo de lucro. No tienen un interés capitalista. Responsabilidad limitada.
- Fondo obligatorio (reservas y educación) 30%.
- Tratamiento fiscal especial.

Cooperativa fiscalmente protegida: Operaciones con no socios <50%, explotaciones se encuentran en el ámbito territorial marcado por los estatutos, IBI <39.065,79€.

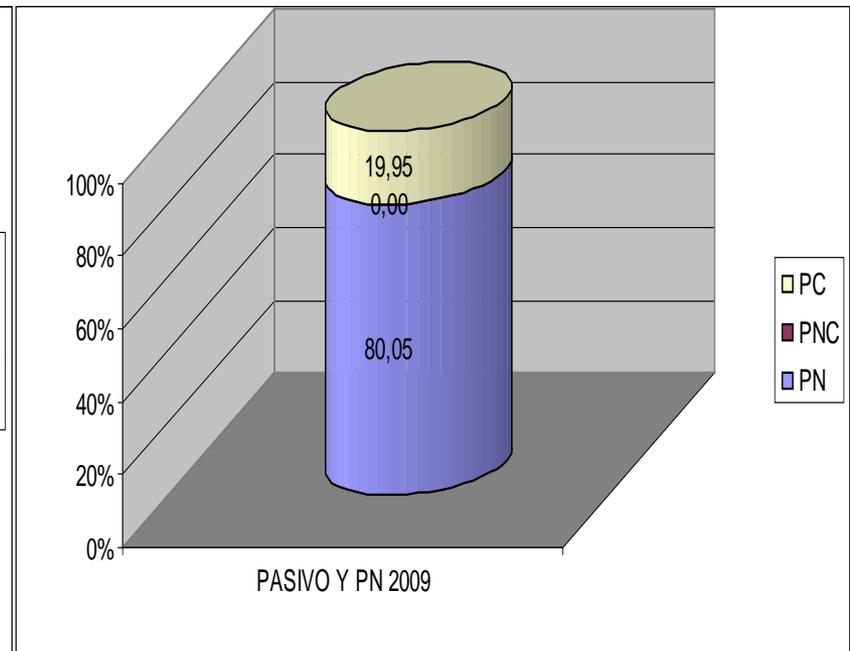
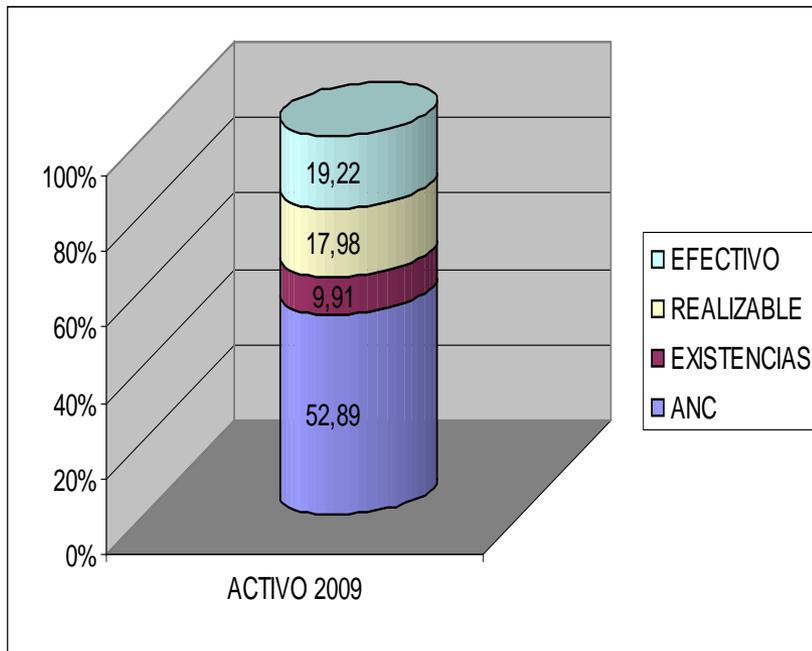
Beneficios fiscales; ITP y AJD, IS (20%),IAE, IBI.

- 
-
- Participación de los socios tanto en la producción como en la gestión → Pirámide organizacional invertida. ▲
 - A la vez centralizada y descentralizada.
 - Una persona, un voto.
 - La toma de decisiones se lleva a cabo por medio de los órganos sociales.

7. ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO. Balance.

- Año 2009
- Activo

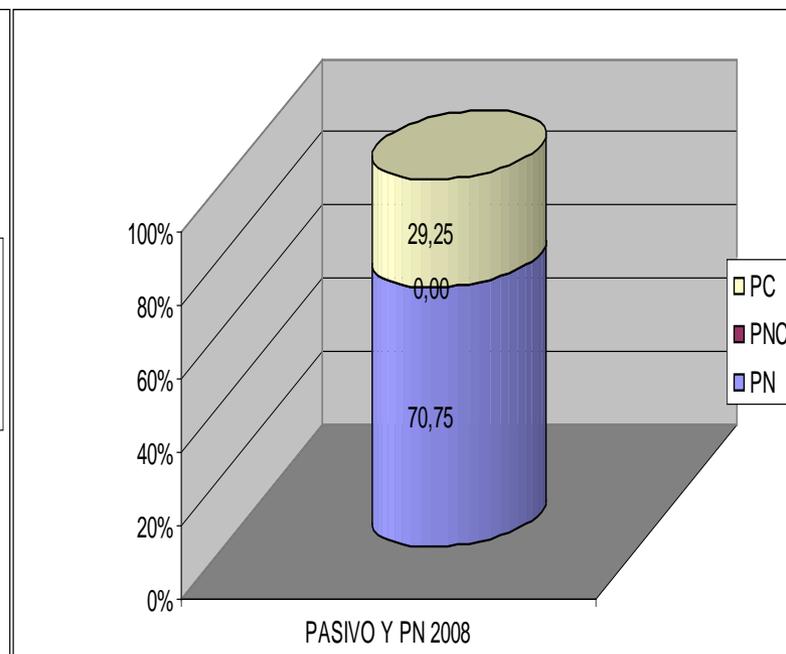
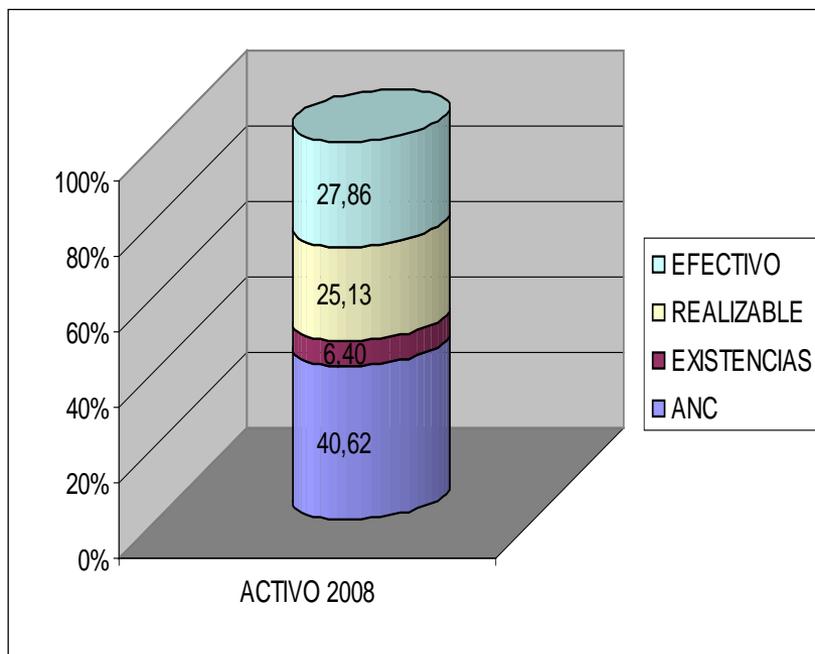
Pasivo

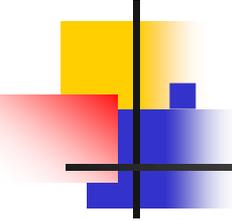


Año 2008

Activo

Pasivo



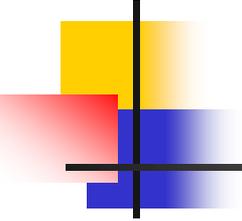


Ratios de liquidez

Ratios de endeudamiento

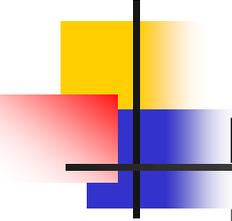
	2008	2009		2008	2009
R. Liquidez	2.03	2.36	R. endeudamiento	0.41	0.25
R Tesorería	1.81	1.87	R. autonomía	0.71	0.80
R. Disponibi.	0.95	0.96	R. solvencia	3.42	5.01
R. FM/Activo	0.30	0.27	R. calidad deuda	0.29	0.20
R. FM/Pasivo	1.03	1.36			

	2008	2009
FM = AC – PC	308.165,80	259.282,58



Análisis de P y G

	2008	%	2009	%
VENTAS	1.565.246,85	100	1.423.431,51	100
CV	1.433.171,54	91,56	1.312.526,85	92,21
MB	132.075,31	8,44	110.904,66	7,79
BAlI	51.539,28	3,29	14.299,04	1,00
BAI	51.539,28	3,29	14.299,04	1,00
IS	10.307,85	0,66	3.057,80	0,21
R.Opera.conti	41.231,43	2,63	11.241,24	0,79
G.Extraordina	1.170,00	0,07	28,55	0,00
R. P y G	40.061,43	2,56	11.212,69	0,79



Ratios de Expansión

Valores

R. expansión de ventas

0,91

R. expansión de MB

0,84

R. expansión de VAN

0,83

R. expansión de EBITDA

0,65

R. expansión de BAI

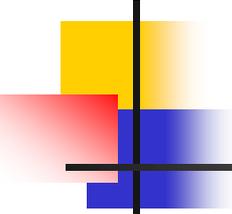
0,28

R. expansión de BAI

0,28

R. expansión de BN

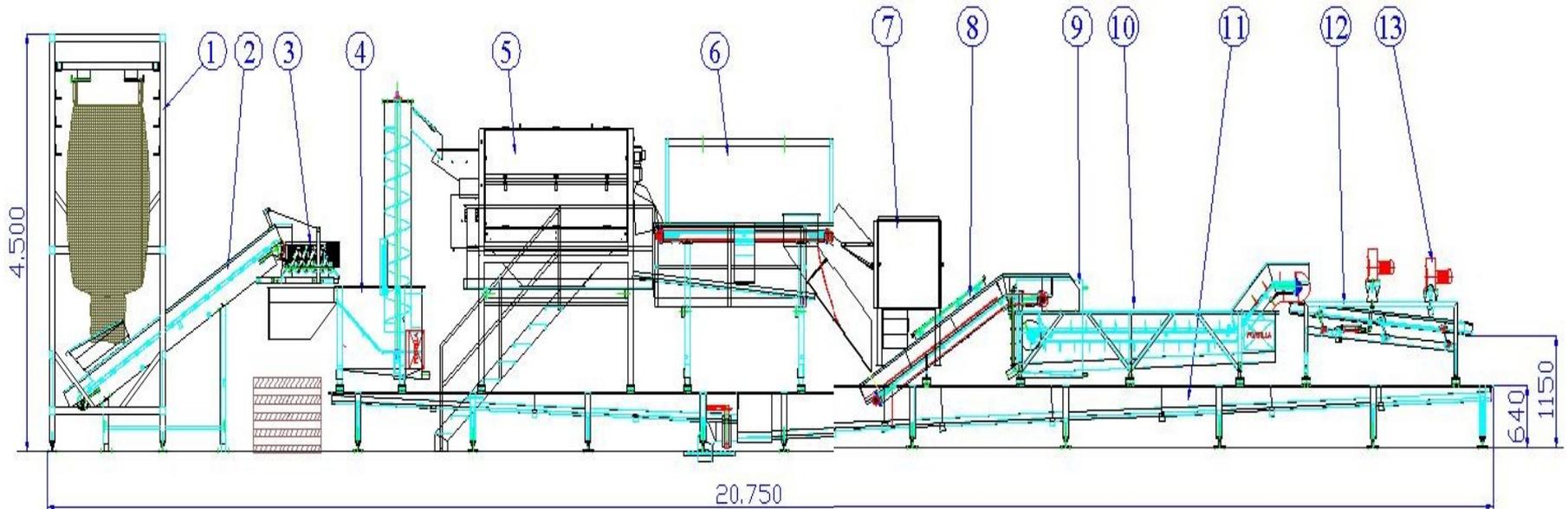
0,27

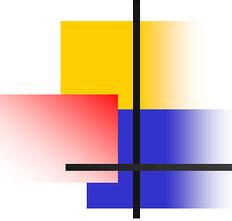


Análisis de la rentabilidad económica-financiera.

Rentabilidad económica	2008	2009
Rendimiento	0,05	0,01
Rotación de activo	1,53	1,49
Margen de ventas	0,03	0,01
Rentabilidad Financiera		
Rentabilidad	0,06	0,01
A/C. propios	1,41	1,25
BAI/BAII	1,00	1,00
Apalancamiento financiero	1,41	1,25
Efecto fiscal	0,78	0,78

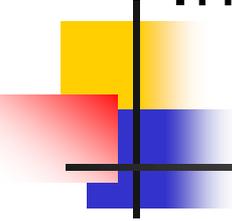
8. PROPUESTA DE MEJORA.





Inversión a realizar:

Eliminador de tierra	2.800 €	Subvención FEADER	16.385 €
Lavadora de patatas	14.000 €	Subvención DGA	25.260 €
Escurreidor de patatas	3.800 €	Fondo especial de Teruel	15.019 €
Línea de pelado y cortado	37.500 €	Total	56.664 €
Freidora de patatas	9.800 €		
Envasadora	7.100 €		
Nave de 500 metros cuadrados	102.200 €		
	177.200 €		
Total		Total a desembolsar	120.536€



Ingresos:

Bolsa (250g): $243.729 * 0.37€ = 90.180€$

Bolsa (80g): $501.000 * 0,12€ = 60.120€$

Total ingresos anuales = 150.300€

Pagos:

C. directos = 87.010€

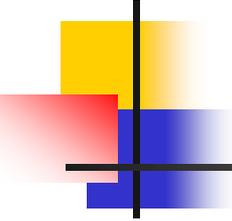
C. indirectos = 37.290€ Vida útil: 25 años.

Total costes anuales = 124.300€

VAN: $273.710,33 > 120.536,00€$

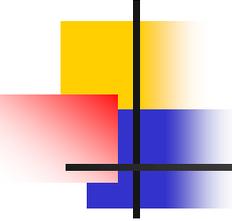
TIR (30%) muy superior al tipo de interés.

PAY BACK: 5 AÑOS. Balance total de 1.112.043,26€.



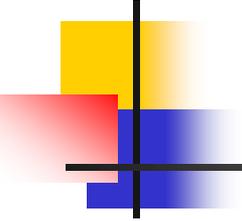
9. Marketing.

- Cliente potencial: poder adquisitivo medio (variable nivel de vida), pero que a su vez le preocupe su estado de bien estar.
- En cuanto a esto se elabora la estrategia basada en liderazgo en costes.
- Comunicación: Pagina Web, prensa, ferias (Feria de la patata), promociones comerciales...
- Distribución:
 - Distribución comarcal.
 - Como marca blanca para grandes superficies.
- Marketing social:
 - Características ecológicas del producto.
 - Feria de la patata.
 - Ayuda a generar empleo en el medio rural, e involucrar a los socios con el proyecto.



10. Conclusiones.

- Posición competitiva favorable.
- Idoneidad climatológica.
- Ventajas fiscales, subvenciones, que ayudan a financiar la inversión.
- Situación financiera muy buena.
- Elevada liquidez, no necesidad de financiación.
- VAN > desembolso inicial; Inversión rentable.
- Marketing; estrategia basada en liderazgo en costes , promocionando la características ecológicas del producto.



GRACIAS POR SU ATENCIÓN