



APRENTATGE-SERVEI

BEST BUDDIES

CAPACITEM-NOS

2016-2017

ESCOLA SADAKO

C/ COLLSEOLA 42, BARCELONA, BARCELONA, 08035

Capacitem-nos és un grup format per cinc estudiants de 4rt d'ESO de l'Escola Sadako. Durant aquest curs escolar Capacitem-nos ha estat un grup actiu que ha col·laborat amb l'associació de Best Buddies com a voluntaris per formar part d'una solució a un problema social.

Durant aquest curs 2016-2017 Capacitem-nos ha fet una extensa recerca sobre el problema social que Best Buddies pretén solucionar. També ha cercat informació sobre l'entitat. Després d'aquesta recerca, han trobat alguns punts de millora perquè l'entitat cobreixi més la necessitat.

PER MÉS INFORMACIÓ SOBRE L'ENTITAT ENTRI A: [HTTP://WWW.BESTBUDDIES.ES/](http://www.bestbuddies.es/)

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ

PROPOSTA DE MILLORA

PLA D'EMPRESA

CAMPANYA PUBLICITÀRIA

INTRODUCCIÓ

Best Buddies és una molt bona entitat amb un molt bon propòsit per millorar la societat d'avui en dia però el seu missatge no arriba sempre a tothom, per això creiem que per poder estendre el seu servei cap a la societat necessiten donar a conèixer la seva entitat i el servei que fan per que així altres persones s'hi puguin involucrar i formar-hi part.

Best Buddies és una rorganització internacional sense ànim de lucre que lluita per la integració social de persones amb discapacitat intel·lectual. La seva missió és establir relacions d'amistat entre persones amb i sense discapacitat, de manera que ambdós en surten beneficiats. Mitjançant aquests vincles es poden desenvolupar noves habilitats, com eines de comportament socia necessàries per integrar-se a la societat o habilitats de lideratge i empatia.

Va ser fundada l'any 1989 per Anthony Kennedy Shriver. Bet Buddies va començar a la Universitat de Georgetown. Poc a poc és va anar extenent fins que molts grups de voluntaris i persones ammb discapacitat es van anar reunit en un mateix centre per tot el món. Així és com Best Buddies acualment ha aconseguit més de 1.400 seus i més de 800.000 voluntaris i participants en un total de 46 països arreu del món.

PROPOSTA DE MILLORA

Capacitem-nos ha estat buscant informació d'aquest problema d'inclusió social i l'entitat de Best Buddies des del passat Setembre de 2016. Després de veure les activitats que realitzen, com gestionen el voluntariat, el número de voluntaris que hi ha i haver parlat amb els de l'associació personalment, Capacitem-nos ha evaluat la situació.

Durant una de les converses que Capacitem-nos va tenir amb l'entitat, Best Buddies els hi va comentar la falta de voluntariat per algunes franges d'edats i l'abundància que n'hi havia per algunes altres. Hi ha poc personal involucrat dins de la gestió de l'entitat (a Barceona) i la seva seu és compartida amb altres entitats (no relacionades amb Best Buddies ni el problema social que volen solucionar).

Després de saber l'objectiu que Capacitem-nos tenia que assolir aquest últim trimestre del curs escolar, van estar debatir sobre la millor proposta de millors possible per l'entitat de Best Buddies, després de tenir en consideració les aventatges i desventatges que tenien, van arribar a la conclusió que la millor proposta de millora que podien fer per ajudar a l'entitat era MILLORAR EL MARKETING de l'entitat.

PLA D'EMPRESA

1. EL MERCAT I POSSIBLES CLIENTS

Nosaltres hauríem de fer una campanya publicitària molt senzilla, ja que voldríem donar a conèixer Best Buddies a tots els públics tant com per petits, per grans o per gent amb discapacitats. Per una banda, la intenció de la campanya seria captar a la gent alterdiscapacitada perquè acudís a demanar ajuda a la nostra entitat. En segon lloc voldríem que amb l'anunci la gent conegués quina és la funció de Best Buddies i s'animés a participar-hi.

2. SERVEIS QUE S'OFEREIXEN

El que volem oferir i que volem donar a conèixer amb aquesta campanya publicitària és el servei d'establir un vincle íntim d'amistat entre dues persones les quals una d'elles tindria discapacitat intel·lectual i l'altra no. Nosaltres volem oferir aquest servei, ja que dóna solució a un problema molt important que hi ha avui en dia com és l'exclusió dels discapacitats dins la societat. De vegades, aquest problema passa desapercebut per aquells que no hi estan involucrats. I és per això que un dels objectius de l'entitat és captar a gent del carrer perquè s'involucri i ajudi a millorar la vida d'aquestes persones.

3. ELS CLIENTS

Els nostres clients principals són de dos tipus, gent amb discapacitat intel·lectual i gent sense. La gent amb discapacitat intel·lectual sovint es troben amb més problemes o més dificultats per realitzar les coses per exemple anar amb metro, agafar l'autobús o coses encara més importants com l'aprenentatge o socialitzar amb altra gent, mentre que a gent sense discapacitats intel·lectuals no se'n troba tants.

4. ÀNALISI DE LA COMPETÈNCIA

No tenim competència, ja que amb el nostre pla de màrqueting el que busquem és captar l'atenció de les persones per donar a conèixer l'entitat, el problema, com el resollem i perquè necessitem la seva col·laboració i la importància que tenen tots en el procés d'aquest servei.

4. PREU DEL SERVEI

El servei és completament gratuït, ja que més que beneficis econòmics busquem beneficis socials per totes les persones involucrades en la nostra entitat. És un voluntariat per part de les persones sense discapacitat intel·lectual i les persones amb discapacitats reben l'ajut d'aquest voluntarisme.

5. PLA DE PRESSUPOSTOS

Tenint en compte les futures propostes de marketing que més endavant seran esmentades, els costos que es podrien tenir són:

- Anunci a la ràdio: 760€-3700€
- 4000 unitats de revista : 1000€

6. RELACIÓ AMB ELS CLIENTS

La nostra idea principalment seria tenir un contacte directe amb els nostres clients ja que creiem que la comunicació funcionaria molt millor i hi haurien menys desacords. Sempre és més fàcil comunicar-se personalment i poder parlar-hi tranquil·lament. És clar que si hi hagués necessitat, recorreriem a altres mitjans (com altres empreses o intermediaris) per tal de mantenir el contacte amb el client si la situació és complicada.

TIPUS DE PUBLICITAT

Després d'estudiar la nostra entitat i el mercat, hem buscat algunes maneres que podríem utilitzar per publicitar l'entitat i donar-la a conèixer, aquestes són:

- **PRESENTACIONS, EXPOSICIONS DE L'ENTITAT A CENTRES CIVICS O ALTRES CENTRES:**

Fent aquest tipus de xerrades no només donaríem a conèixer la nostra entitat sinó també donaríem a conèixer el problema que intentem solucionar i donaríem consciència de com han de ser tractats les persones amb discapacitat i els faríem veure una part del món amb diferents ulls.

- **CREAR UNA NEWSLETTER DE L'ENTITAT:**

Una newsletter ens donaria una via per arribar a molta més gent i poder donar a conèixer l'entitat i el seu propòsit. En aquest newsletter hi podríem posar informació de contacte per si els interessa l'entitat. Podríem donar una breu explicació de què tracta l'entitat i el problema que hi ha a la societat. Òbviament, no podríem posar-hi molta informació, ja que el newsletter és tractar d'atraure l'atenció de l'usuari i posar informació curta i directe.

- **COMUNICATS DE PREMSA:**

Donar comunicats a diaris o revistes nacionals perquè ells ho puguin posar en el seu diari o revista, en un lloc més o menys gran depenent del cost d'aquest comunicat. Això ens permetria que la gent que compri el diari o la revista ho pugui veure i s'hi pugui interessar.

- **ESCRIURE POSTS A BLOGS POPULARS I PÚBLICS:**

Hi ha blocs que són públics i que la gent visita freqüentment, en aquests blocs hi ha apartats per donar la teva opinió o depenent de quin per publicar alguna informació que creguis que podria interessar als altres lectors de la pàgina web. En el nostre cas podríem utilitzar per promocionar l'entitat.

- **YOUTUBE:**

Últimament YouTube és visitat internacionalment per molta gent i molts dels usuaris que en fan ús i pengen contingut s'han donat a conèixer arreu del món i és per això que podríem beneficiar-nos. Sàpiguen la gran extensió de gustos i cerques al YouTube, penjant vídeos informatius i vídeos de les nostres festes i celebracions podríem atraure usuaris interessats que podrien unir-se a la nostra entitat o parlar d'ella a altres persones

- **ÚS CONSTANT DE XARXES SOCIALS:**

Com més ús d'Internet faci la nostra entitat més probabilitats hi ha que usuaris de les xarxes socials més populars com Twitter, Facebook o Instagram trobin informació sobre aquesta i vegin el nom de la nostra entitat i sàpiguen qui som i què fem.

- **TRÍPTIC INFORMATIU:**

Molta gent passa pels hospitals cada dia i molts dels discapacitats intel·lectuals hi tenen que anar regularment. Si poséssim tríptics a secretaria explicant qui som, on som, que fem, perquè ho fem i quin és el nostre objectiu podríem donar a conèixer la nostra entitat i poder-la estendre a altres àmbits (mèdics, pedagogs, psicològics...). Podeu trovar el tríptic [aquí](#).