

Guia per a la creació d'una associació comercial

Guia per a la creació d'una associació comercial

Coordinació tècnica

Gerència de Serveis de Comerç
Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Diputació de Barcelona

Consultoria tècnica

Sigma Serveis Professionals per a Associacions, SL

Abril de 2024

© Diputació de Barcelona

Edició i coordinació: Subdirecció d'Imatge Corporativa i Promoció Institucional
de la Diputació de Barcelona

Índex

1. Introducció	4
2. Abans de començar...	5
3. Amb quins reptes ens trobem	9
4. Comencem a donar-hi forma	13
5. Redactem el pla d'acció	16
6. Com es crea	24
7. Impulsem la participació	29
Annexos	35

1. Introducció

La Gerència de Serveis de Comerç de la Diputació de Barcelona treballa amb els ens locals i amb el teixit comercial de la província de Barcelona per promoure accions de millora en el desenvolupament del comerç urbà i de proximitat, amb l'objectiu de donar resposta a les necessitats i als requisits nous en l'àmbit de la gestió comercial.

La Guia per a la creació d'una associació comercial és una eina d'ajuda per als ens locals i els agents econòmics que es plantegin crear una associació comercial. Vol enfortir el teixit comercial local i aportar orientacions i material de suport pràctic tant per crear i constituir formalment una associació com per millorar la motivació i el lideratge, l'organització, la gestió i la planificació de les actuacions, adaptables a cada realitat.

La Guia ha estat elaborada en el marc de l'espai de treball i de suport tècnic als ens locals a través del servei d'acompanyament d'ens locals i associacions de comerciants i de paradistes dels mercats del Catàleg de serveis 2022. Dinou ens locals i associacions han gaudit d'aquest servei. Així, doncs, la Guia té com a punt de partida i incorpora l'experiència dels municipis i les necessitats del teixit comercial local.

La Guia comença amb una reflexió per avaluar si hi ha les condicions adequades per crear una associació i dona unes pinzellades sobre models alternatius que cal tenir en compte abans de constituir una entitat jurídica. El procés continua, amb l'anàlisi en profunditat, a través d'eines senzilles, de l'entorn i els reptes que es tindran en compte en la definició de la finalitat i els objectius de l'entitat. Posteriorment, cal definir per escrit les grans línies d'actuació per aconseguir els objectius i aportar les eines i reflexions necessàries per redactar el pla d'acció. També s'hi expliquen els passos que cal seguir per dur a terme la constitució administrativa, així com reflexions sobre la professionalització de la gestió, que n'assegura el bon funcionament. Finalment, l'annex recull tot un seguit d'eines pràctiques que s'han anat construint en el marc del projecte per al desenvolupament concret de cada municipi i associació, i que pensem que poden resultar útils a l'hora de gestionar l'associació.

La Guia per a la creació d'una associació comercial fa èmfasi en la importància de la participació dels socis i la creació de xarxes amb altres entitats territorials i sectorials.

Esperem que aquesta eina sigui útil, pràctica i amena. Us encoratgem a fer-la servir per posar en marxa models d'associacions que refermin el teixit comercial de proximitat i potenciïn la creació d'entitats professionalitzades que perdurin en el temps i enriqueixin el teixit social territorial.

2. Abans de començar...

2.1. Què és una associació comercial?

Una associació comercial és una forma jurídica sense ànim de lucre que reuneix un grup de comerços, negocis, parades de mercat i emprenedors, entre altres, per fer pinya i afrontar reptes comuns, per representar el sector amb una força negociadora més gran i per compartir els seus objectius de promoció de forma solidària.



Un exemple:

Algunes de les primeres associacions de comerciants van néixer per aconseguir plegats el repte d'il·luminar els carrers de la ciutat durant l'època de Nadal. Amb el temps, s'han anat adaptant a les noves necessitats dels negocis associats i del comerç urbà, i també porten a terme moltes altres activitats.

Si el vostre repte és...	Podeu aconseguir...
Ser escoltats i col·laborar amb l'Administració	Tenir més força negociadora i representació
Promocionar el vostre comerç	Organitzar campanyes conjuntes
Comunicar l'oferta comercial del territori	Difondre-la amb la força d'una idea col·lectiva
Actualitzar i digitalitzar el vostre negoci	Potenciar la competitivitat de tots els socis mitjançant el grup
Augmentar els beneficis dels negocis	Disminuir l'import de les despeses mitjançant descomptes en productes i serveis de proveïdors gràcies a la compra conjunta

Associació o altres models col·laboratius?



L'associació és un model de treball participatiu i democràtic que ens ofereix els avantatges de ser una entitat jurídica. Disposa d'un NIF (número d'identificació fiscal) i pot fer operacions, com ara cobrar quotes o rebre subvencions. Però heu de saber que hi ha altres models col·laboratius que podrien ser un pas previ a la creació d'una associació o servir com a prova.

- Comissions, taules, meses i consells. Aquests grups de treball poden ser permanents o bé haver-se constituït per donar resposta a una finalitat o un projecte concret. Poden ser creats per una organització, com ara una corporació municipal, un patronat, etc., o bé tenir un caire informal, similar al d'un grup de treball.
- Grups de treball i plataformes. En aquest cas, es tracta de models informals que agrupen, en general, persones (físiques o jurídiques) que comparteixen interessos pel mateix tema. Normalment, es creen per donar visibilitat a un col·lectiu determinat i acostumen a ser temporals. No tenen personalitat jurídica ni regulació legal.

A qui s'adreça aquesta guia?

- A persones que treballen en diferents àmbits d'actuació de promoció econòmica: comerç, restauració, serveis i establiments de turisme de proximitat, paradistes de mercat no sedentari i concessionaris de mercat municipal.
- Al grup impulsor: persones que comparteixen l'interès per crear una associació i que posen en marxa el procés per constituir-la. La Guia ajuda a fer tot el que cal de manera endreçada.

Recomanem:

Contactar amb l'ajuntament per sol·licitar informació d'interès que pugui ajudar a fer l'anàlisi de la situació de partida (cens comercial, estudis d'hàbits de compra de la població...), detectar els reptes de la nova entitat i encetar una relació de col·laboració des de l'inici amb l'Administració més propera, la municipal.



Però, per on cal començar?

En aquesta guia hem volgut reflectir tots aquells aspectes que cal tenir en compte a l'hora de crear una associació, així com els passos que cal seguir per facilitar-ne el procés. Esperem que us sigui ben útil!

2.2. Una mica d'autodiagnosi

Ens seria beneficiós crear una associació... o no? El primer que recomanem és fer un exercici d'autodiagnosi. A continuació, teniu un seguit de preguntes pensades per reflexionar-hi.

Tenim les condicions adequades per crear una associació?

- Tenim reptes comuns?

- Compartim les mateixes necessitats?
- Tenim la mateixa àrea d'influència?
- Quants negocis hi podrien estar interessats?
- Quina mena de negocis hi podrien estar interessats: comerços, restauració, serveis, tallers, artesans, paradistes del mercat setmanal, concessionaris del mercat municipal...?
- Quin percentatge del sector representem?
- Els negocis interessats són suficients per portar a terme la finalitat de l'associació?



Una idea:

Podem fer una enquesta per saber quants negocis estarien interessats a formar part d'una associació o ser-ne membres proactius. Així tindriem una idea del nostre potencial.

- Hi ha il·lusió per treballar-hi?
- Estem disposats a invertir temps i esforços per treballar per a la comunitat?
- Quantes persones podrien participar en la gestió, tenint en compte que caldrà repartir-se tasques d'administració, promoció, etc.?
- Podrem comptar amb un professional que en gestioni el dia a dia?
- Hi ha persones que tenen el caràcter i la capacitat per liderar l'entitat?
- Quant de temps pot dedicar al mes cada persona implicada? És suficient per posar en marxa les activitats plantejades?



Tinguem-ho en compte:

Cal ser conscients que hem de disposar, en la nostra agenda, del temps suficient per poder dedicar-nos-hi de manera constant i que aquest temps fluctuarà segons l'època de l'any: per exemple, quan calgui crear el pla d'acció, demanar les subvencions o, més endavant, quan calgui crear una campanya.

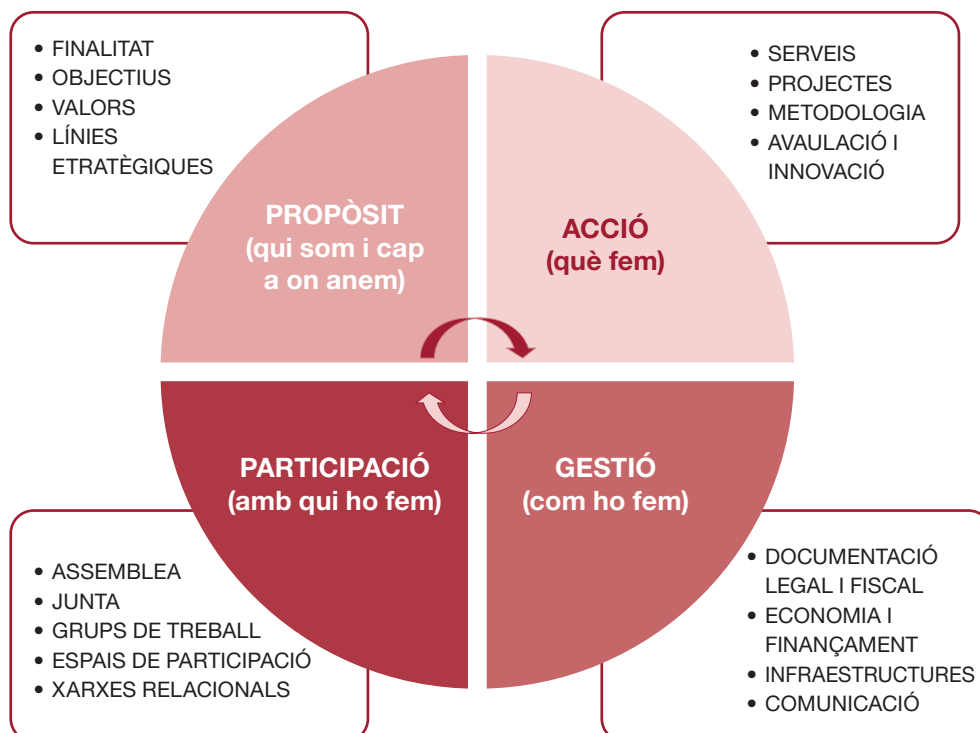
- Hi ha la possibilitat d'unir-se amb els paradistes del mercat municipal?
- Podem treballar amb els paradistes del mercat setmanal?
- Quina és la quota que estarien disposats a pagar els nostres socis?
- Quin abast volem tenir: local, supralocal o intermunicipal?

Recomanem:

Fer una prova de treball o una campanya comuna. Si tenim dubtes pel que fa a les reflexions anteriors, podem fer una prova de treball en xarxa o de campanya. D'aquesta manera, posarem a prova la nostra capacitat de treball en equip i coneixerem com interactuem, si compartim la visió i els valors, i també si pot funcionar econòmicament.

2.3. Procés de creació

La creació d'una associació requereix seguir una sèrie de passos. En primer lloc, el grup impulsor definirà qui som i cap a on anem: la FINALITAT de l'entitat. A continuació, cal establir el que volem fer, és a dir, quin pla d'ACCIÓ durem a terme. Un cop tenim això clar, es poden establir els òrgans de PARTICIPACIÓ que calen per posar-la en marxa i els procediments de GESTIÓ que ho faran possible. A les pàgines següents us ho expliquem amb tot detall.



3. Amb quins reptes ens trobem

Crear una associació implica haver d'afrontar un seguit de reptes que tenen a veure amb l'entorn econòmic, polític i social, el sector al qual pertany, el territori i els negocis que es troben a la zona. Cal analitzar les tendències, establir els reptes que se'n deriven i tenir-los presents des del primer moment. Anem a pams!

ENTORN

ÀREA	TENDÈNCIA	REPTE
Econòmic		
Tecnològic		
Polític		
Social		

SECTOR

ÀREA	TENDÈNCIA	REPTE
Persones consumidores		
Model de comerç		
Competència		
Tecnologies		
Innovació		

TERRITORI

ÀREA	TENDÈNCIA	REPTE
Economia		
Urbanisme		
Població		
Cultura		
Estructura comercial		

ASSOCIACIÓ O MERCAT

ÀREA	TENDÈNCIA	REPTE
Socis/sòcies		
Models de gestió		
Finançament		
Penetració en el sector		

3.1. Reptes globals dels entorns econòmic, polític i social



Vivim en un entorn molt canviant. La globalització, el desenvolupament tecnològic i les exigències de la situació política i econòmica fan que tots els negocis s'hagin d'estar adaptant contínuament. Per tant, el primer que cal fer és analitzar aquest entorn, veure quins són els reptes que suposa per als negocis i definir quines línies d'acció haurà de dissenyar l'associació per fer-hi front.

De fet, les associacions han anat evolucionant al llarg dels anys per respondre a aquesta realitat. En el passat, els comerciants només havien de conèixer el seu ofici. Ara també cal que tinguin habilitats per gestionar el negoci, implementar mesures per complir les normatives de qualitat i mediambientals i estar presents en el món digital per adequar-se als nous hàbits de compra.

Així, les associacions, que abans se centraven en la defensa del sector, ara també s'orienten a ajudar els socis a potenciar les seves competències professionals, informar-los de les normatives i ajudes de què disposen, millorar la gestió i la innovació del negoci i acompanyar-los en el procés de transformació digital.

3.2. Reptes del territori

Les característiques inherents al territori i la seva situació també poden ser un repte que cal tenir en compte, ja que determinen el model d'associació i els serveis que ha de donar als socis.

- Per exemple, alguns municipis que eren agrícoles i industrials han perdut població i, consegüentment, comerços i serveis. En aquest cas, tenim el doble repte d'aconseguir que els negocis siguin rendibles i, alhora, ampliar l'oferta comercial i de serveis per atreure i retenir la població.
- Altres municipis tenen nuclis de població dispersos, de vegades a causa de barreres com el pas d'una autopista o un desnivell geogràfic, fet que impedeix que hi hagi una continuïtat comercial. El desplaçament és difícil i moltes vegades la població es dirigeix a nuclis urbans propers per fer la compra. En aquest cas, el repte és promocionar l'oferta comercial local i sensibilitzar la població perquè es quedi a comprar al municipi.
- També hi ha territoris que són ciutats dormitori o amb molt poca població, o bé zones amb turisme estacional. Caldrà adaptar els comerços als hàbits de compra de les persones que hi viuen o que els visiten.

Per tant, per analitzar els reptes que ens suposa el territori, podem fer-nos les preguntes següents:



- En què es basa l'economia del poble: agricultura, indústria, comerç, serveis...?
- Com està distribuït el comerç al poble?
- Quants negocis hi ha oberts?
- Hi ha locals buits?

Per pensar-hi:

Si hi ha poc gruix de comerç al municipi, es pot estudiar l'annexió d'altres entitats. Aquesta col·laboració pot ser de dos tipus: o bé amb un o diversos municipis propers, per crear sinergies, o bé amb una altra entitat de promoció econòmica que ja estigui creada, com ara un sindicat, una associació d'artesans, emprenedors, etc.

3.3. Reptes del sector

Ara cal que ens fixem en el tipus de comerços, parades o empreses que hi ha a la zona o el mercat, la seva situació i l'oferta comercial dins l'entorn més proper.

Per fer aquesta anàlisi, ens podem plantejar les qüestions següents:



- Com és l'oferta comercial? És de serveis bàsics o hi ha una oferta més qualificada amb alimentació de qualitat, negocis de moda, etc.?
- Els negocis funcionen o estan perdent rendibilitat?
- On treballa la població? Es queda a la zona o es desplaça?
- Quins hàbits de compra té?

3.4. Reptes de l'associació

El nostre entorn està sotmès a canvis constants que obliguen les associacions a renovar el seu model. La tecnologia avança a passos de gegant, les necessitats i els hàbits dels socis evolucionen, la competència augmenta...

Així, l'associació ha d'assumir reptes relacionats amb el nombre i el perfil de socis potencials, les seves necessitats i expectatives, l'estructura de quotes i el finançament, els estils de lideratge i les capacitats internes de la junta i els professionals per satisfer les expectatives dels seus membres al llarg del temps i dur a terme la seva proposta de serveis i activitats.

Per fer front a aquests reptes, ens podem plantejar les qüestions següents:



- Quina ha estat l'evolució de l'associació?
- Quina és la imatge de l'associació i la satisfacció dels socis?
- Quins són els àmbits d'actuació: àrea geogràfica, sectors, segments i activitat?
- Com reflecteixen els nostres socis les tendències del sector?
- Com seran els nous associats?
- Com creixerà l'organització els pròxims anys?
- Com és el finançament de l'associació?

- Quins serveis i activitats ofereix?
- Com s'han d'organitzar els serveis per cobrir les necessitats de membres molt diversos?
- Com assegurem que l'associació estarà preparada per capitalitzar les noves oportunitats que generen els canvis de l'entorn?
- Quins són els processos interns i la implantació de tecnologies?
- Quina organització interna i capacitats té?
- Quines conseqüències pot tenir el fet de no renovar-se?

A l'annex 1 trobareu plantilles que us ajudaran a analitzar aquests reptes.

4. Comencem a donar-hi forma

Sovint els reptes són una gran oportunitat, perquè tot analitzant-los poden sorgir solucions i estratègies que ajuden a millorar el teixit comercial i les associacions que els representen.

Un cop els hem definit, i abans de concretar quina és la finalitat de l'associació i quins serveis i activitats oferirà, comencem a donar forma al model d'associació que es vol crear.

A continuació, citem els principals paràmetres sobre els quals cal reflexionar.

4.1. Territori

Aquest punt és molt important. Volem abastar tot el municipi o un àmbit inferior? Hem de crear una zona que inclogui també les urbanitzacions?

4.2. Perfil dels socis

També cal decidir quin perfil de socis ha de representar l'associació, tenint en compte tot un seguit de factors:

- Sector d'activitat (comerç, restauració, serveis, emprenedoria, empreses, etc.).
- Tipus d'organització (petits comerços, mercat no sedentari, mercat municipal, empreses, etc.).
- Criteris demogràfics (edat, sexe, etc.).
- Criteris professionals (emprenedors, empresaris, comerciants, etc.).
- Motivacions i necessitats (segons el tipus de producte o servei, la maduresa del negoci, etc.).



Com més petit sigui el municipi i el nombre de socis potencials, més ampli ha de ser el ventall de tipologies de socis perquè l'associació sigui viable.

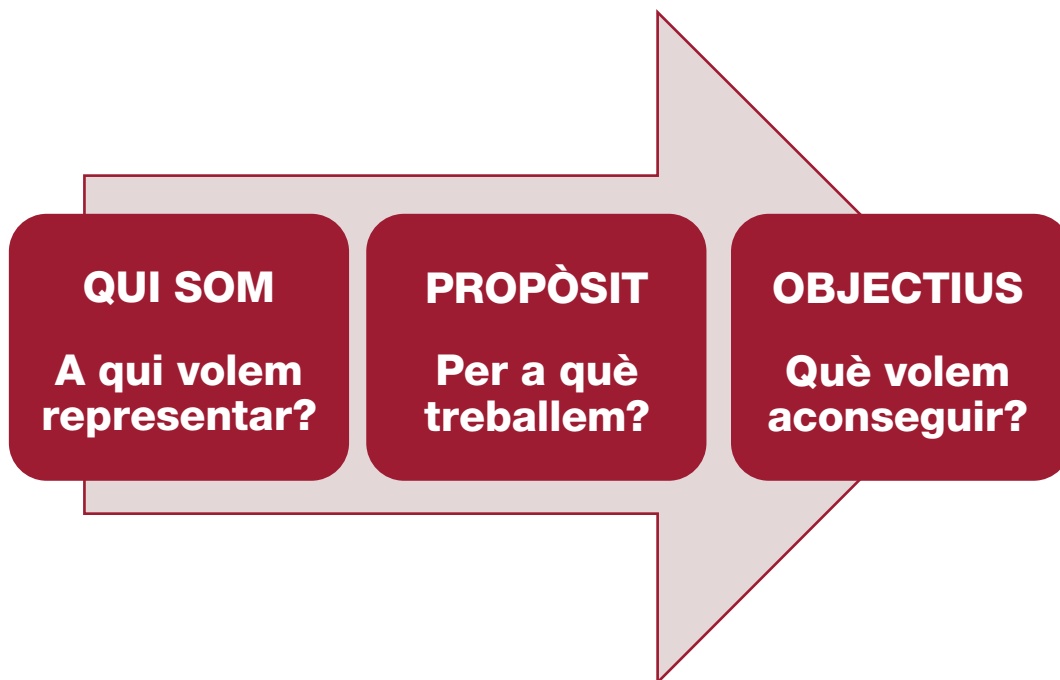
4.3. Beneficis

En aquest punt, podem començar a pensar quins beneficis aportarà l'associació i quines necessitats satisfarà. Aquests beneficis van molt lligats al perfil dels socis, i també a les quotes que s'establiran (vegeu el capítol 4), ja que estan estretament relacionades amb les seves possibilitats econòmiques.

4.4. Finalitat

A partir del territori, el perfil de soci i les seves necessitats, es pot començar a traçar la finalitat de l'associació. La finalitat que es vol assolir ha de ser el full de ruta i s'ha de mantenir estable, ja que forma part de la seva essència.

Els objectius i estratègies que es dissenyin per fer-ho possible han de ser flexibles i evolucionar a mesura que sorgeixin nous reptes i necessitats.



A l'annex 2 tenim una plantilla i un exemple que us ajudaran a definir la finalitat i el model d'una associació.

4.5. Valors

Els valors són els principis pels quals es regeix l'associació, compartits per totes les persones i negocis que en formen part.

Per exemple, els valors d'una associació constituïda recentment s'han vinculat a les tendències socials actuals i són els següents:

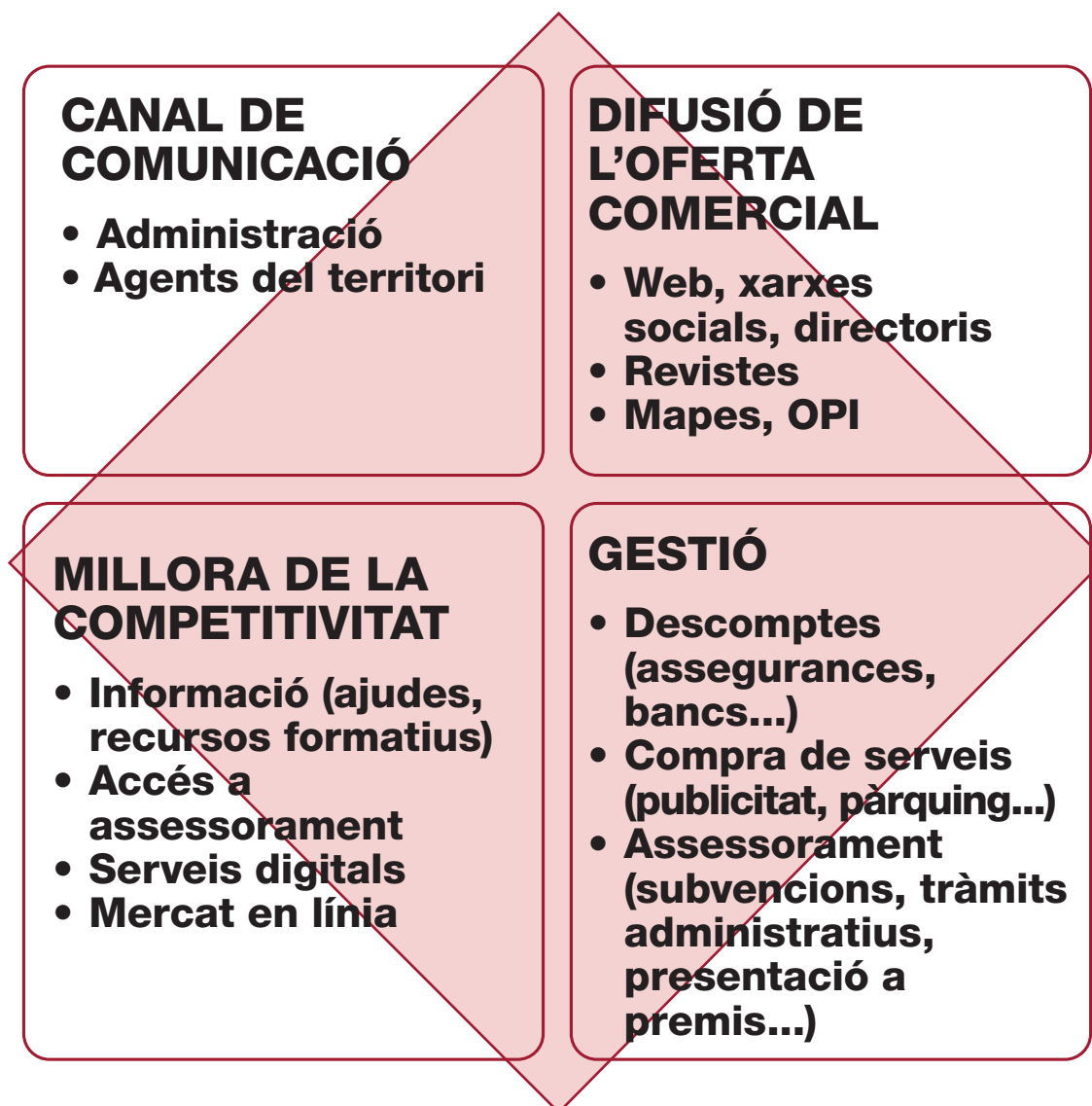
- **Sostenibilitat:** vivim en un barri on aquest és un valor que defensen les entitats, i nosaltres també hi creiem.
- **Transparència:** informació clara de totes les activitats i projectes per a tots els interlocutors de l'associació.
- **Interconnexió:** teixim xarxa i crearem vincles entre les persones, les entitats, els projectes i les campanyes.

4.6. Objectius i línies estratègiques

Un cop determinada la finalitat, cal definir quins són els objectius que volem aconseguir i quines seran les línies estratègiques d'actuació que ens guiaran per assolir-lo. Aquests objectius poden ser molt diversos: ajudar a difondre l'oferta comercial, millorar la competitivitat, potenciar la innovació, representar els comerços davant de l'Administració, etc.

Us deixem un exemple d'objectius i línies estratègiques que poden servir-vos de referència.

OBJECTIU: ESDEVENIR UNA ASSOCIACIÓ REPRESENTATIVA I RECONEGUDA
Desenvolupar una proposta de beneficis atractiva i comunicar-ne el valor als socis.
Planificar les activitats adaptant-les a les noves necessitats i interessos dels socis.
Donar a conèixer l'associació, els beneficis de formar-ne part i les activitats que organitza.
Promoure l'associacionisme.
Propiciar espais de diàleg, relació i generació de coneixement.
Representar els establiments comercials, de gastronomia, oci i serveis.



A l'annex 4 trobareu informació que us ajudarà a crear una cartera de serveis adaptada al perfil dels socis. També hi trobareu alguns exemples.

Exemple de cartera de serveis: millora de competitivitat del nivell bàsic comparat amb el nivell prèmium.

Aquest servei dependrà de la capacitat econòmica i de gestió de l'entitat i de les necessitats dels socis i la seva predisposició a pagar els serveis prèmium:

Millora de la competitivitat	Bàsic	Prèmium
Ajuts	Butlletí quinzenal amb informació de les subvencions i ajuts que publiquen totes les entitats.	Servei d'assessorament i redacció per aconseguir subvencions.
Formació	Serveis que poden ser de l'interès dels socis, com ara butlletins, correu electrònic, comunicació per WhatsApp d'una selecció de cursos i assessorament.	Cursos personalitzats per a socis, organitzats per l'associació.
Formació	Difusió i assessorament per incorporar els socis a mercats en línia territorials o sectorials.	Mercat en línia propi de l'associació al web de l'entitat.

5.4. Organització del treball



L'organització s'emmarca en un projecte de treball en equip, fet que implica un repartiment de tasques segons els objectius i les feines que cal fer en el nostre dia a dia.

Com explicarem amb més detall en el capítol 5, l'associació es regeix bàsicament a través de l'assemblea, la junta, l'equip de gestió i els grups de treball que es constitueixen per tractar temes concrets. Aquests òrgans estan coordinats per membres de la junta o per l'equip de gestió.

A més del repartiment de les tasques, l'organització del treball inclou els processos de planificació, seguiment i avaluació i els sistemes d'informació.

L'elaboració d'un pla d'acció permet:

- Determinar el grau d'adequació del projecte executat a les necessitats plantejades.
- Revisar el grau de compliment del pla d'acció i l'assoliment dels objectius.

D'altra banda, l'associació ha de definir els elements, canals i destinataris de les seves comunicacions per tal de donar a conèixer les activitats, escoltar els membres, promoure la transparència, afavorir la participació i fomentar l'associacionisme.

Per reflexionar...

Avui comptem amb múltiples eines digitals que ens permeten agilitar aquestes dinàmiques, com són les reunions en línia i la compartició de documents al núvol, amb eines completament gratuïtes.

5.5. Economia i finançament

Disposar d'un pressupost suficient assegura la sostenibilitat econòmica de l'associació i en garanteix la continuïtat.

Una associació ha de tenir prou activitat econòmica per poder aconseguir la seva finalitat i els seus objectius, però no per guanyar diners. És a dir, la diferència entre ingressos i despeses ha de donar un resultat de 0 €. No es pot ser mai tan exacte, així que, òbviament, recomanem que els ingressos siguin superiors a les despeses per tenir sempre diners a la caixa, poder pagar les activitats que s'organitzen i tenir un romanent per a accions més ambicioses. És important seure i fer punta al llapis.

Amb quines fonts d'ingressos compta una associació?



- Quotes dels socis. Són una font d'ingressos molt important i cal fer números abans de començar. Trobareu més informació a l'apartat «La importància de les quotes».
- Patrocinis. Per exemple, si es vol fer un concert per captar fons, es pot acompanyar de la venda de marxandatge o demanar el patrocini d'una empresa relacionada amb l'activitat.
- Donatius.
- Subvencions. És la partida més important i poden arribar des de diferents fonts.
 - Ajuntament.
 - Generalitat de Catalunya (Consorti de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya, per projecte).
- Altres. Sortejos, loteria, serveis de bar en esdeveniments... La imaginació al poder!

Quines són les despeses?

A banda de tot això, hi ha les despeses. Algunes estan lligades a l'estructura i gestió de l'associació, i altres venen derivades de projectes i campanyes.

Entre les despeses d'estructura, hi ha el lloguer, els ordinadors, el manteniment del local, les assegurances i la gestoria, els serveis informàtics, els recursos humans que fan tas-

ques de gerència o dinamització, el gestor de comunitats (community manager) o el personal de comunicació, etc.

En el cas de la dinamització, es pot recórrer a diferents models:

- Encarregar-la a voluntaris de la junta i els grups de treball.
- Encarregar-la a una persona de la plantilla.
- Contractar un autònom o una empresa que passarà una factura per la seva feina (per campanyes o amb uns honoraris mensuals).
- Compartir la dinamització amb altres associacions.

Per pensar-hi...

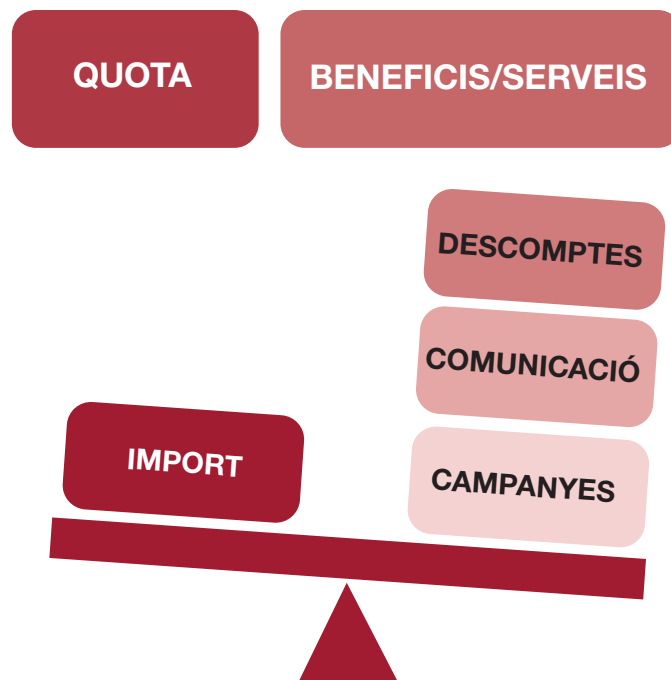
Cal que l'associació tingui un local físic? Actualment, a moltes no els cal aquesta despesa. És el vostre cas? Trobareu més informació per reflexionar-hi a l'apartat «Infraestructures».

Hem de tenir en compte que tindrem despeses derivades de projectes i campanyes, com ara impressió de fullets, lloguer de carpes, premis i vals de regal, espectacles, etc.

La preparació del pressupost és, doncs, essencial per al bon funcionament de l'associació. Convé valorar tots els conceptes i fer una bona previsió perquè el projecte sigui viable i es mantingui en el temps. També s'ha d'anar revisant i ajustant a les noves necessitats. Us en deixem un model a l'annex 5.

La importància de les quotes

La quota vincula el soci amb l'entitat i li assegura una part de la liquiditat que necessita per poder portar a terme la seva tasca. A canvi, rep beneficis, ja que pot gaudir de campanyes, serveis de comunicació i descomptes conjunts als quals, generalment, no hauria pogut accedir si no fos soci.



Per tot això, és imprescindible fer quatre números abans de començar per saber quina és la quota que el soci estaria disposat a pagar. L'associació pot rebre subvencions o ajuts, però aquests ingressos no són suficients. Per tant, les quotes són necessàries: un model basat en una quota zero és extremadament fràgil i no vinculant. Cal que les quotes siguin coherents amb el pla d'acció que es planteja l'entitat, perquè això pot condicionar-ne la viabilitat i la possibilitat de professionalitzar-ne la gestió. Si no és possible disposar de quotes, en el capítol 1 plantejarem uns altres models de treball que us poden ser útils a l'hora d'endegar la vostra associació.

5.6. Nom i marca

Arribem a la part més creativa del procés: posar un nom a l'associació. Us aconsellem crear un nom que fugi de les sigles, que són complexes, moltes vegades impronunciables i no aporten contingut; és millor buscar una denominació engrescadora, que tingui a veure amb la finalitat de l'entitat. Si tenim clar cap a on anem, serà fàcil triar el nostre nom!

Aquests exemples són una mostra de com la denominació de l'associació pot dir molt sobre el que és, la seva finalitat i el seu territori. La icona i el disseny de la marca en potencien el posicionament i finalitat.



Gaudí Shopping designa una àrea de la Barcelona turística, un lloc agradable i atractiu per passejar i fer compres, orientada tant a residents com a visitants. Respon a l'orgull de qui estima el seu barri i el seu llegat històric, amb la complicitat d'agents de la zona. La marca es desenvolupa sota el paraigua de la cultura i el modernisme.



Aquesta associació s'ha creat en un poble on hi ha molt poca densitat comercial. El seu objectiu és unir tots els agents per aconseguir que les compres, les gestions, l'oci i la restauració es «quedin» al municipi per evitar, així, que els consumidors se'n vagin a altres municipis propers del Baix Llobregat.



El Coll, malgrat la seva proximitat a la Vila de Gràcia, és un barri geogràficament difícil, ple de baixades i pujades que han dificultat històricament el comerç. Aquesta associació acull quasi cinquanta dels cent comerços que hi ha al barri, i el seu objectiu és impulsar-ne l'activitat econòmica. S'hi fan moltes activitats amb entitats i equipaments del barri per portar la seva vida comercial ben amunt i aconseguir entre tots un barri per viure-hi, passejar-hi i comprar-hi.

6. Com es crea

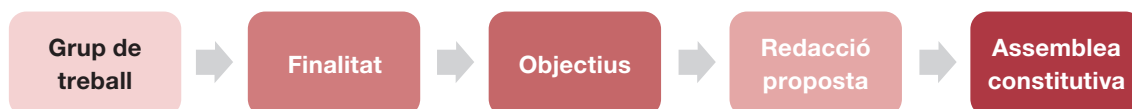
La part administrativa podria ser una mica dificultosa si no s'està acostumat a fer aquesta mena de tràmits. En aquesta guia, fem un breu resum dels documents que es necessiten per crear l'associació i que marcaran la dinàmica del seu funcionament.

6.1. Els estatuts

Els estatuts són el document clau de l'associació. En termes generals, serveixen per:

- Recollir les dades identificatives de l'entitat.
- Incloure la finalitat i els objectius de l'associació (la qual cosa serà fàcil si hem fet bé els processos previs de definició de la finalitat, els objectius i el pla d'acció).
- Establir unes normes de funcionament que assegurin la participació dels socis, la gestió, la sostenibilitat econòmica i la resolució de conflictes, si escau.

Es pot resumir el procés de creació dels estatuts d'aquesta manera:



El grup de treball que ha definit la finalitat de l'associació s'encarregarà de redactar els estatuts, atès que ja disposa de tota la informació necessària. Els estatuts donen vida a l'associació i es redacten per aconseguir aquest objectiu, tenint sempre present el context i els reptes que cal afrontar.

Es pot treballar a partir d'un model estàndard d'estatuts que s'adaptarà a les necessitats de l'associació, a la seva finalitat i al seu objectiu. L'esquema bàsic es resumeix en els punts que presentem a continuació:

- Denominació, domicili i finalitat.
- Membres de l'associació: qui en pot ser membre, drets i obligacions.

- Participació: assemblea.
- Gestió: junta.
- Règim econòmic.
- Règim disciplinari.
- Dissolució.

Al web <https://web.gencat.cat/ca/tramits/tramits-temes/Constitucio-duna-associacio> del Departament de Justícia, Drets i Memòria de la Generalitat, hi trobareu:

- Un enllaç a la normativa que regula les associacions i també a d'altra normativa aplicable.
- Models d'estatuts i d'actes fundacionals.
- Un accés al tràmit en línia per registrar l'entitat.

Abans de constituir l'associació es recomana demanar assessorament a un expert en aquest àmbit per redactar uns estatuts que continguin els aspectes següents, entre d'altres:

- Tots els requisits de la normativa aplicable vigent, incloses les modificacions recents.
- Totes les necessitats particulars de l'associació.

Aquí podeu consultar la principal normativa que regula el dret d'associacionisme:

- [Llei 4/2008, de 24 d'abril, del llibre tercer del Codi civil de Catalunya, relatiu a les persones jurídiques.](#)
- [Llei orgànica 1/2002, de 22 de març, reguladora del dret d'associació.](#)

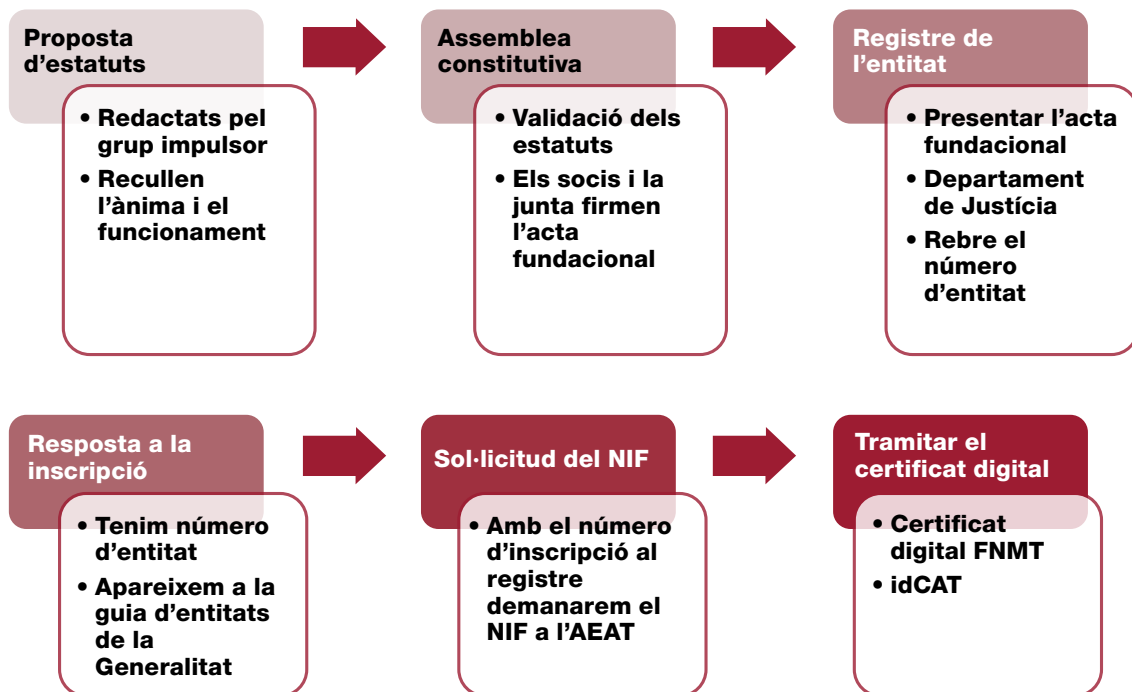
També podeu trobar més informació d'altra normativa aplicable d'acord amb la finalitat, els objectius i el col·lectiu de l'associació al web del Departament de Justícia, Drets i Memòria.

I si som una associació de paradistes d'un mercat municipal?

Les parades dels mercats o concessionaris, només pel fet de ser-ho, ja formen part de l'associació.

El procés estratègic de creació és igual al de qualsevol associació de comerços (anàlisi del retorn, detecció de reptes, definició de la finalitat, redacció del pla d'acció...), però els estatuts han de reflectir-ne l'especificitat quant a la seva relació amb l'ajuntament. Caldrà redactar uns estatuts que palesin la vinculació de l'associació amb l'ajuntament pel que fa a les seves obligacions en matèria de neteja, seguretat —entre altres àmbits— de l'espai municipal, així com la finalitat en relació amb les activitats de promoció i dinamització.

6.2. Passos per constituir l'associació



Després que el grup impulsor, amb assessorament legal, hagi redactat una proposta d'estatuts, aquesta proposta passarà a l'assemblea constitutiva, que s'encarregarà de validar-la. En aquesta assemblea, els socis i la junta signen conjuntament l'acta fundacional, que conté la llista dels socis fundadors i els càrrecs de la junta. És important que l'assemblea convidi socis potencials perquè coneguin la nova associació i els seus objectius, i puguin associar-s'hi des de l'inici.

Ambdós documents, juntament amb el certificat fundacional, es presenten al Registre d'entitats del Departament de Justícia, Drets i Memòria de la Generalitat, que atorga un número d'entitat. Al cap d'uns dies (entre 15 i 30 dies), l'associació ja apareixerà a la Guia d'entitats de la Generalitat i ens retornaran els estatuts registrats.

Ara ja es pot demanar a l'AEAT (Agència Tributària) el número de NIF, que començarà per

la lletra G. També cal tramitar el certificat digital per poder signar en línia i fer tràmits, el titular del qual serà el president, com a representant de l'associació.

En el moment en què es disposi de tota aquesta documentació, ja es pot començar a fer operacions, com ara obrir un compte bancari, girar rebuts de quota, tenir accés a subvencions, contractar personal, rebre factures, etc

6.3. Obligacions fiscals

Les obligacions fiscals d'una associació són poques i es gestionen de manera senzilla, tot i que disposar dels serveis d'una gestoria ens pot estalviar molts maldecaps.



- NIF per operar. Tal com hem vist en l'apartat anterior, el NIF és necessari per poder rebre factures i comptabilitzar-les, i també per poder rebre ingressos. Caldrà emplenar el model 036 i custodiar bé tota la documentació que ens dona personalitat jurídica i fiscal. El NIF començarà per la lletra G.
- Model 200 de l'impost de societats. Marcarem la casella «Entitat sense finalitat de lucre acollida a règim fiscal, títol II, Llei 49/2002». En general, presentarem comptes, tot i que algunes associacions estan exemptes de fer-ho en els casos següents:
 - Els ingressos totals de l'associació no superen els 75.000 euros anuals.
 - Els ingressos corresponents a rendes no exemptes sotmeses a retenció no superen els 2.000 euros anuals.
 - Totes les rendes no exemptes que obtingui l'associació estan sotmeses a retenció.

Al web de l'AEAT trobareu més informació.
- Impost sobre la renda de les persones físiques (IRPF). Cal presentar el model 111 cada trimestre, que correspon a les retencions que col·laboradors i proveïdors ens facin a les seves factures i a les nòmines.
- Impost sobre el valor afegit (IVA). Aquesta entitat està exempta d'IVA i no el pot liquidar.

Si es vol demanar una subvenció, o en el moment de concedir-la, es pot exigir a l'associació un certificat que acrediti que està al corrent de tots els impostos. Una raó més per estar sempre al dia!

Important!

Cal estar ben assessorat per estar al dia de les obligacions fiscals de la nostra entitat i complir amb la legislació fiscal vigent.

6.4. Infraestructures

Actualment, una associació de comerç pot tenir unes infraestructures mínimes. Al contrari del que succeïa fa uns anys, el local ja no és indispensable. Per constituir-la, només cal posar una adreça, que pot ser perfectament la del president/a o d'un espai d'entitats, d'acord amb l'ajuntament. Això alleugereix considerablement els costos.

En el cas de necessitar un local, cal preveure tot un seguit de possibles despeses:



- Obres de condicionament.
- Mobles.
- Equips informàtics: ordinadors, impressora...
- Telèfons mòbils.
- Materials fungibles: bolígrafs, papers...
- Material corporatiu: pantalles enrotllables (roll-up screens), carpetes, pòsters...

Quan es tingui clar quin és el cost de les infraestructures, caldrà afegir-lo al pressupost anual.

7. Impulsem la participació

Tot i que aquest és l'últim capítol, no vol dir que sigui el menys important: al contrari! És en aquest punt on es concentren els recursos essencials de l'associació, que són les persones que la formen. La gent, el capital humà i el temps que hi dediquen són realment vitals perquè tingui èxit.

Hem deixat aquest capítol per al final perquè ja hem vist que tots els àmbits implicats interaccionen constantment. La finalitat és l'element que, en aquest moment, relaciona tothom. Després d'haver-la definit, el grup impulsor haurà d'assegurar la participació que farà rodar i créixer l'associació. Als estatuts definirem com ens organitzem, i també quin és el paper de l'assemblea i la junta de gestió.

Al mateix temps, considerarem altres espais de participació i relació amb el nostre ecosistema, com són els grups de treball i les xarxes relacionals amb l'entorn.

Així, cal tenir clars els espais de participació dels nostres socis i motivar-los perquè aportin el seu granet de sorra en funció de les seves habilitats. Tot això enriquirà el projecte associatiu.

7.1. Assemblea

L'assemblea general és l'òrgan sobirà de l'associació, una organització de plena democràcia que assegura la participació en les decisions de tots els membres associats. Aquest òrgan decideix com són els membres de l'associació, qui en pot formar part i quins són els seus deures i obligacions.

Atesa la seva importància, cal que ens assegurem que tots els socis s'assabenten, mitjançant els canals que s'han definit als estatuts (carta, correu electrònic...), de la data i el lloc en què se celebra l'assemblea, així com de l'ordre del dia amb els temes per tractar. També cal facilitar altres informacions necessàries, com ara l'acta de l'assemblea anterior.

Els estatuts recullen si l'assemblea ha de ser presencial o si també pot ser virtual.

A l'assemblea general ordinària es tracten dos temes importants:



1. Presentació, i aprovació posterior, de les activitats i dels números de l'exercici anterior. Aquest és un bon moment per repassar tots els reptes i les fites que va assolint l'entitat, i també aquells en què està treballant. Se celebra, a tot estirar, sis mesos després de tancar l'exercici. Així, si és d'un any natural, es farà a finals de juny o principis de juliol.
2. Presentació del pla d'acció amb una previsió d'un any.

A més a més, és important assegurar els punts següents:

- Ha d'haver-hi espai per escoltar els socis.
- Tot es decideix per votació.
- Es poden convocar assemblees extraordinàries i, fins i tot, els estatuts preveuen els mecanismes perquè els socis les puguin convocar.

És una organització democràtica!

7.2. L'Òrgan de govern

L'òrgan de govern, dit Junta de Govern o Junta Directiva regeix, administra i representa l'associació. Podríem dir que és l'òrgan de representació i de gestió diària. La seva funció principal és vetllar pel compliment dels acords establerts per l'assemblea.

Ha de ser un òrgan col·legiat compost, com a mínim, per tres persones, i han de tenir almenys una persona amb el càrrec de president i una altra amb el de secretari. Aquest darrer, pot no tenir la condició de membre de l'òrgan col·legiat, i en aquest cas pot intervenir, sense dret de vot.

Els tres càrrecs essencials en una associació de comerç són la presidència, la secretaria i la tresoreria. Això ens assegura una gestió eficaç i el principi de transparència.

A més d'aquests tres càrrecs imprescindibles, també es pot considerar la possibilitat de crear vocalies de comunicació, activitats, esdeveniments concrets, projectes, captació de patrocinis, etc.

L'elecció dels membres es fa per votació a l'assemblea general i és important que representin els diferents perfils de la base:



1. De diferents tipus d'establiments: comerços, restaurants, artesans, tallers, serveis, autònoms, paradistes de mercat, etc.
2. Amb formació digital o no.
3. Del centre històric, urbanitzacions o altres barris.
4. Homes i dones d'edats diverses.

Algunes qüestions...

Quin seria el model òptim de junta directiva?	Depèn de la dimensió de l'associació. En una associació de mida mitjana, l'ideal és que estigui formada per cinc o set persones, amb atribucions diferents, per poder distribuir les tasques i funcions i fer que el treball en equip sigui realment operatiu.
Per què un nombre imparell?	Perquè les decisions es podran prendre per majoria simple i s'evitarà que la presidència hagi d'utilitzar el seu vot per desfer empats.
Per què no de més persones?	Perquè podria ser poc operatiu si l'associació és petita. Es poden crear puntualment comissions i grups de treball per involucrar els socis en el desenvolupament d'activitats.

Cal tenir en compte els punts següents:

- La junta directiva hauria de celebrar una reunió trimestral com a mínim. Els estatuts han de recollir la periodicitat establerta, segons el pla d'acció i el nombre d'integrants. En termes generals, és recomanable reunir-se un cop al mes.
- Les reunions s'han de documentar amb l'acta corresponent i afegir el document —pot ser perfectament un document Word— signat pel president/a i el secretari/ària al llibre d'actes de l'associació. L'encarregat de fer-ho és el secretari/ària.
- Les reunions es poden celebrar en línia, si així ho preveuen els estatuts. És important garantir la màxima assistència dels socis i el mecanisme de vot.
- En la presa de decisions per consens, és important ser coherents amb els valors compartits. En cas d'empat, preval el vot de la presidència.

La junta directiva té una durada màxima de cinc anys. Transcorregut aquest període, cal fer unes eleccions en què els membres poden renovar el càrrec o no, segons s'indiqui als estatuts. En qualsevol moment es pot deixar el càrrec, tot i que no és recomanable per no trencar la continuïtat de la gestió.

Cal tenir en compte els punts següents:

Presidència	Coordina la junta directiva i convoca assemblees i reunions. Exerceix el paper de representació davant de tercers. Visa la documentació que li presenten el secretari/ària i el tresorer/a, si escau.
Vicepresidència	Dona suport a les tasques de presidència i en prepara el relleu per al futur. Comparteix tasques de representació amb la presidència.
Secretaria	Custodia la documentació. Redacta i signa les actes de reunió de l'assemblea general i de la junta directiva, certificats, etc.
Tresoreria	Custodia, gestiona i controla els recursos econòmics.
Vocalies	Garanteixen el funcionament d'una àrea concreta fent tasques de coordinació i avaluació d'un servei, una comissió o un equip de l'associació i el representen dins de la junta directiva.

7.3. Equips de treball

Com a associació, ens emmarquem en un projecte de treball en equip. Hem de tenir en compte que treballar en equip no vol dir que tothom faci de tot, sinó distribuir bé les tasques segons els nostres projectes i objectius.



Per garantir un bon funcionament, establim mecanismes de seguiment que ens ajuden a estar al dia i a complir els terminis, com ara reunions presencials o virtuals, documents i calendaris compartits en un espai de treball digital com Google, etc.

7.4. Professionalització de la gestió

Amb l'objectiu de ser operatius i eficaços, cal plantejar-nos si és necessari professionalitzar la gestió, sobretot tenint en compte que som una entitat formada per voluntaris que compaginen la seva tasca en l'associació amb el seu propi negoci.

La professionalització no suposa obligatòriament la contractació de personal, sinó que es pot cobrir la feina amb socis que estiguin formats en les àrees que necessitem. En cas contrari, podem contractar aquests serveis a professionals o empreses expertes i especialitzades.

Els perfils o tasques que interessa professionalitzar en una associació de comerç són els següents:



1. Gestoria. Per estar sempre al dia de les nostres obligacions i tenir un assessorament expert. Tenim entre els nostres negocis associats una gestoria que pugui donar-nos aquest servei?



2. Dinamització. Per dur a terme les campanyes i activitats de manera creativa i experta. Podem compartir els serveis d'una empresa especialitzada amb altres entitats de promoció socioeconòmiques del territori?



3. Comunicació. Especialment digital, per gestionar les xarxes socials i el web. Podem trobar el perfil d'un professional que pugui treballar les xarxes i les campanyes?

7.5. Espais de participació i xarxes de relació

L'associació ofereix diversos espais de participació perquè els membres puguin expressar les seves opinions i necessitats, i per poder formar part d'un projecte comú.

Els espais de participació més importants són els següents:



- Assemblea
- Reunions de la junta directiva
- Grups de treball
- Grup de WhatsApp
- Enquestes de participació i satisfacció del soci

L'assemblea no és l'únic espai de participació. Podem obrir-ne molts d'altres, com ara convidar els nostres socis a les reunions de junta, els grups de treball o les enquestes de participació en activitats i les enquestes de satisfacció.

També és essencial teixir xarxes de relació perquè l'associació pugui avançar. En el nostre cas, l'ajuntament del municipi és un puntal per col·laborar i treballar junts en els projectes, tant si són grans com si no ho són. Probablement, serà el suport més gran amb què puguem comptar.

El comerç forma part de l'ecosistema social i urbà; per tant, ens convé desenvolupar projectes conjuntament amb altres entitats on trobarem el nostre públic objectiu:



- Consells municipals, serveis municipals (Guàrdia Urbana...).
- Entitats i equipaments del territori: associacions de veïns, escoles, associacions de famílies d'alumnes (AFA), clubs, centres cívics, associacions i equipaments culturals, biblioteques...
- Empreses privades.
- Altres associacions de comerç o de promoció econòmica de territoris propers.

7.6. Com a conclusió...

Podríem dir que crear una associació no és difícil si se segueixen fil per randa tots els consells que hem exposat en aquesta guia, però també és recomanable comptar amb un acompanyament professional.

Us recomanem fer un document de resum, gràfic i visual, per convidar el vostre públic a assistir a l'assemblea constitutiva perquè conegui el projecte i s'animi a formar-ne part. En aquest resum poden constar la vostra finalitat, objectius i serveis, de manera molt sintètica i planera.

No oblidem que el pla de l'associació ha de ser capaç de tenir una continuïtat en el temps per assegurar-ne la viabilitat. Per aquesta raó, de manera periòdica, cal revisar-lo tenint en compte les opinions del soci, les tendències socioeconòmiques, l'evolució del pressupost, etc., i fixar els objectius i les accions per a cada nou exercici, segons els nous reptes i les necessitats dels negocis associats i de l'entorn.

Us encoratgem a gaudir dels avantatges d'unir-vos per posar en marxa el vostre procés!

Annexos

Annex 1

Plantilles per analitzar els reptes

ENTORN	TENDÈNCIES	REPTES
ECONÒMIC		
TECNOLÒGIC		
POLÍTIC		
SOCIAL		

TERRITORI	TENDÈNCIES	REPTE
ECONOMIA		
URBANISME		
POBLACIÓ		
TURISME		
ESTRUCTURA COMERCIAL		

SECTOR	TENDÈNCIES	REPTES
PERSONES CONSUMIDORES		
NEGOCIS		
COMPETÈNCIA		
TECNOLOGIES		

ASSOCIACIÓ/MERCAT	TENDÈNCIES	REPTES
SOCIS/SÒCIES		
ACTIVITATS		
GESTIÓ		
FINANÇAMENT		
PARTICIPACIÓ		

Annex 2

Plantilla per definir la finalitat i el model de l'associació

Qui som?
Àmbits d'actuació
A qui volem representar?
La nostra finalitat. Per a què treballem?
Quins beneficis oferirem als socis?
Quins beneficis oferirem als socis?
Per què associar-se?

Annex 4

Cartera d'activitats i serveis adaptada als interessos de les diferents tipologies de socis

Els socis es poden agrupar en diferents tipologies amb interessos diferents, tenint en compte l'àrea geogràfica, els sectors d'activitat, els beneficis que esperen obtenir i la seva quota.

Plantilla per definir els serveis de l'associació

Perfils dels socis			
	Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3
Àrea geogràfica			
Sectors i mida			
Interessos i necessitats			
Beneficis, serveis i activitats			
Quota i finançament			

Cartera de serveis	
Servei 1	
Servei 2	
Servei 3	
Servei 4	
Servei 5	

Exemples de serveis d'algunes associacions

1 Informació

- Butlletins informatius periòdics amb informació sobre subvencions i ajuts.
- Grup de WhatsApp com a punt de contacte de tots els socis per comunicar l'organització de cursos, jornades o per fer arribar articles d'interès i informacions urgents i d'última hora.

- Difusió i assessorament per incorporar els socis a mercats en línia territorials o sectorials.
- Repositori d'informació d'actualitat del sector i el territori.
- Oferta de formació gratuïta a l'abast del soci.

2 Competitivitat

- Servei d'assessorament i redacció per aconseguir subvencions.
- Cursos personalitzats per a socis, organitzats per l'associació: digitalització i gestió.
- Selecció d'ofertes especials dels socis per a altres socis.
- Assessorament en la selecció de proveïdors.
- Descomptes en productes i serveis per ser membres associats a entitats bancàries.
- Condicions especials per a serveis de manteniment, comunicació, publicitat i proveïdors comuns.

3 Representació

- Atenció personalitzada al soci.
- Canal de comunicació directa amb l'Administració.
- Reunions periòdiques amb l'ajuntament sobre els temes que afecten el comerç i els socis.

4 Difusió i promoció

- Directori de comerços associats al web.
- Mercat en línia propi al web de l'associació.
- Fullets de difusió de l'oferta dels comerços associats.
- Campanyes de comunicació i promoció, talonaris de descomptes, ofertes per al Dia del Pare, el Black Friday, Nadal.
- Organització d'esdeveniments i fires: fires Fora Estocs, fires temàtiques (salut, alimentació, de Nadal...).



**Diputació
Barcelona**

Àrea de Comerç, Consum
i Salut Pública

Gerència de Serveis de Comerç

Recinte Maternitat – Pavelló Central

08028 Barcelona

Tel. 934 049 296

gs.comerc@diba.cat