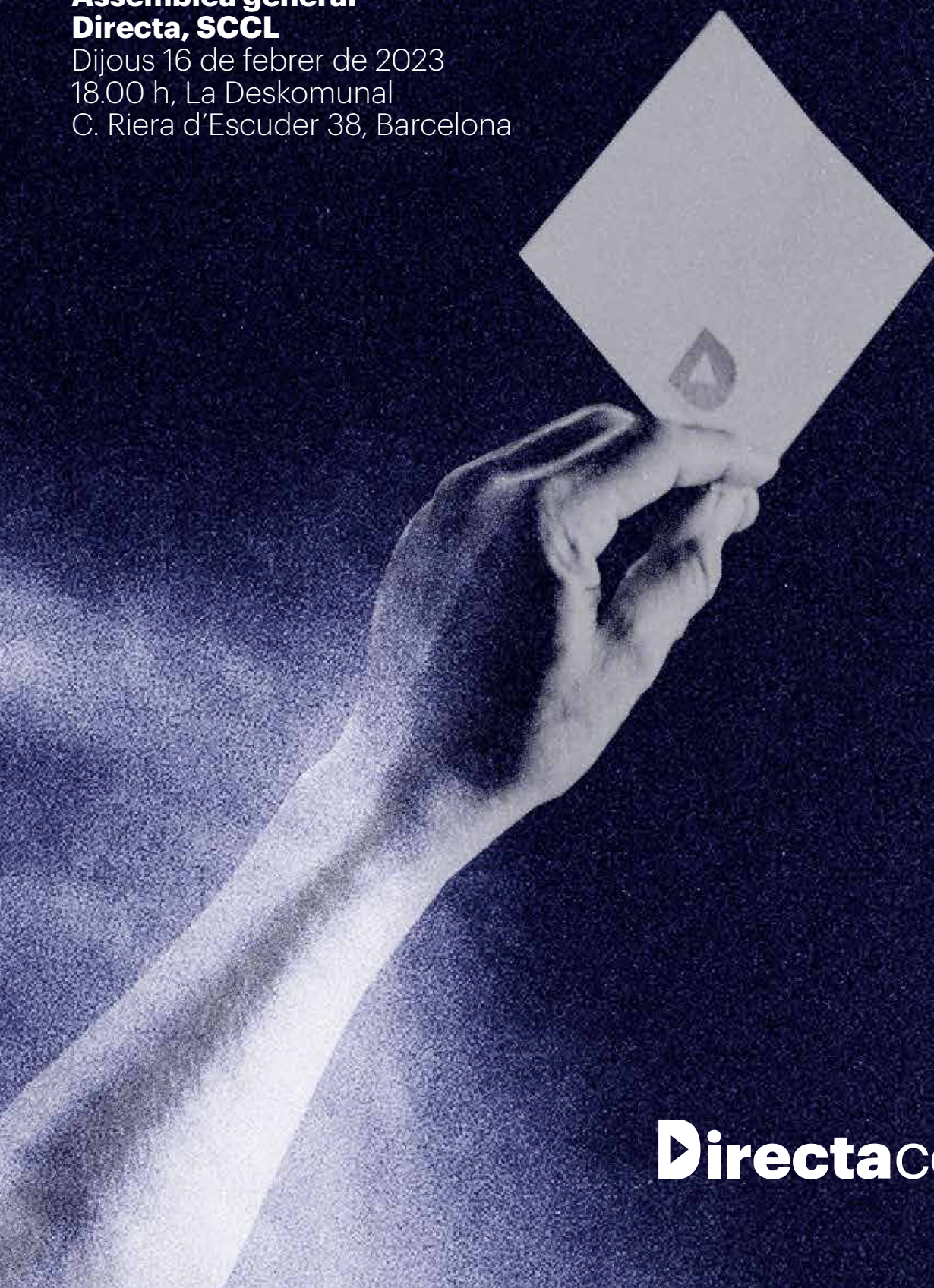


Acta

**Assemblea general
Directa, SCCL**

Dijous 16 de febrer de 2023
18.00 h, La Deskomunal
C. Riera d'Escuder 38, Barcelona



Directacoop

Índex

0. Benvinguda i acollida

1. Presentació del pretancament 2022

2. Memòria d'activitats de 2022

3. Presentació del pla de treball 2023 per àrees

4. Presentació del pressupost 2023

5. Renovació de càrrecs

6. Precs i preguntes

0. Benvinguda i acollida

Eva Fernández, membre del Consell Rector, dona la benvinguda

David Bou, soci de treball, dona la benvinguda i pas a Jordi Vilaró, soci de treball i responsable de l'Àrea d'administració i finances, perquè presenti el pretancament de 2022.

1. Presentació del pretancament 2022

L'aprovació definitiva dels comptes anuals de 2022 es farà a la propera assemblea. Es presenta un esborrany amb resultat positiu.

Ingressos:

La principal font són les subscripcions, ens hem quedat una mica curts en aquesta partida perquè tot i haver fet més de 500 subscripcions noves, hem tingut aproximadament unes 250 baixes, més que l'any anterior. Les raons que s'exposen per donar-se de baixa són econòmiques.

Hi ha hagut un increment de serveis externs, sobretot dels suplementos que encartem dins de la *Directa*. L'augment d'aquesta partida ha permès compensar una mica la davallada de subscripcions netes.

Les subvencions són només les de publicació en català.

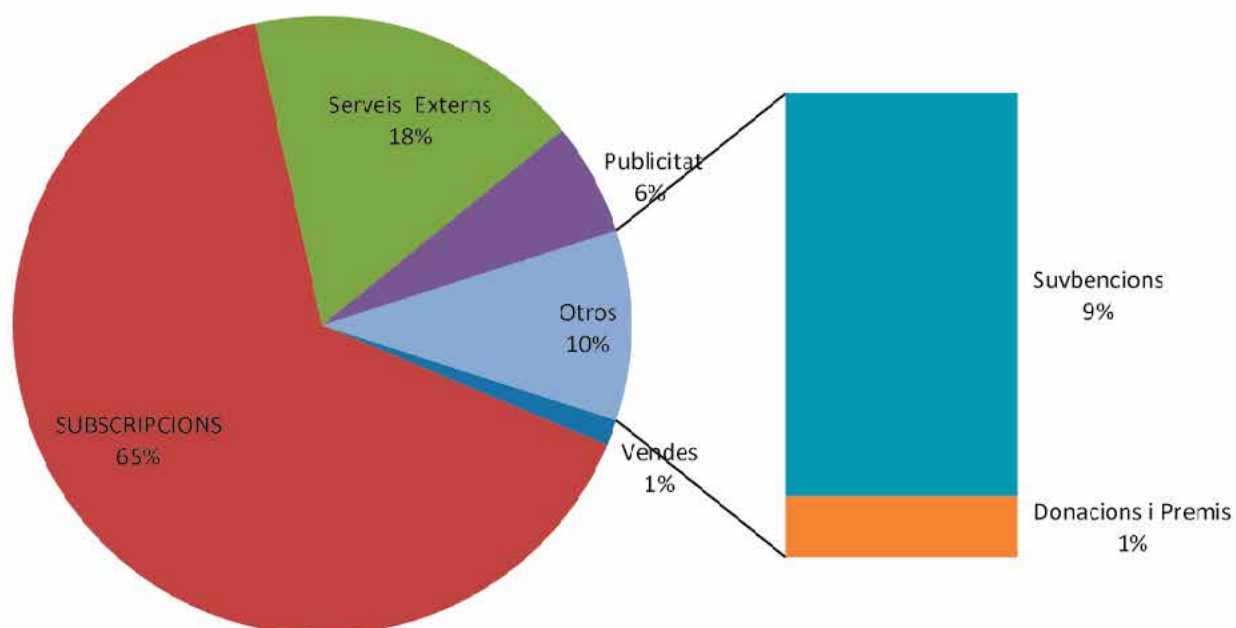
Despeses:

Tres partides representen el 83% de les despeses: sous i salaris dels treballadors i la publicació i distribució de la *Directa*.

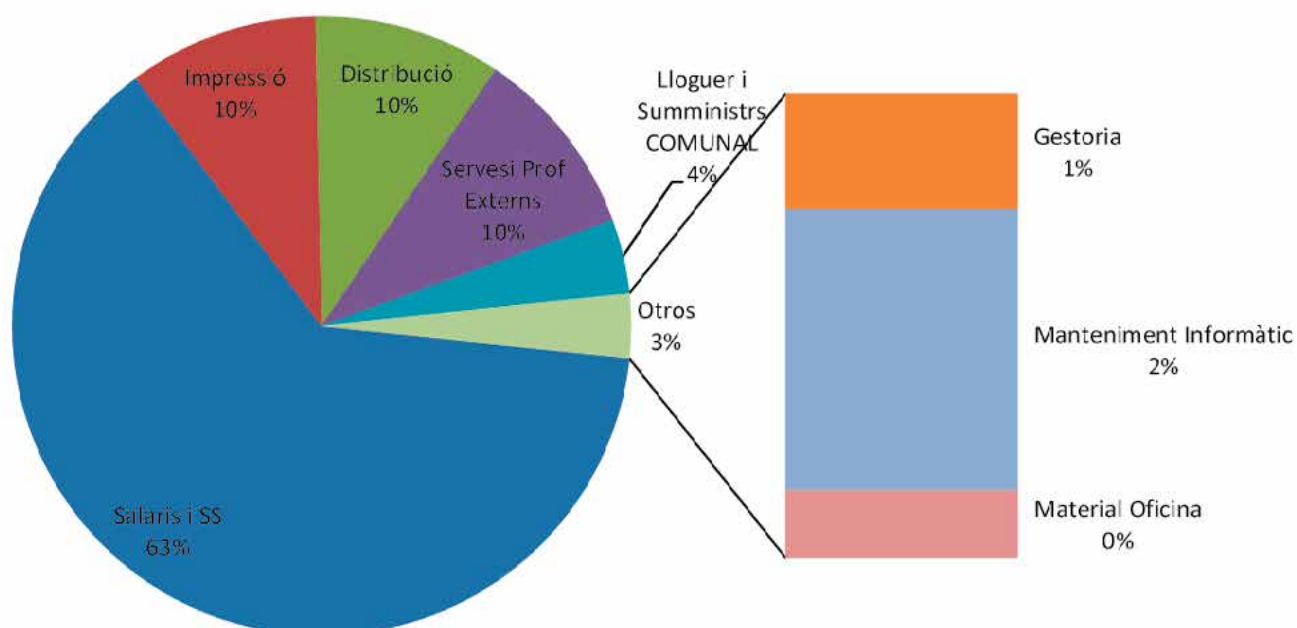
El 2022 ha sigut un any tremendament inflacionista. Per exemple, la despesa del paper ha pujat més del 30%, però l'hem pogut eixugar. Això, però, és un risc, perquè el 2023 aquesta tendència no variarà. Alhora, ens han pujat els subministraments, aproximadament un 12%.



Ingressos 2022



Despeses 2022



2. Memòria d'activitats de 2022



Memòria anual 2022

Índex

1 Introducció.....	4
2 Àrea Productiva.....	5
2.1 Agenda pròpia.....	5
2.1.1 Reportatges web.....	5
2.1.2 Llançament dels “A fons”.....	6
2.2 Seguiment de l’actualitat.....	8
2.3 Edició i Correcció.....	9
2.3.1 Publicació de temes i edició de continguts.....	9
2.3.2 Correcció de textos i revisió del llibre d’estil.....	10
2.4 Coordinació d’Art.....	10
2.4.1 Producció d’art.....	10
2.5 Innovació.....	11
2.5.1 Paper.....	11
2.5.2 Reportatges audiovisuals.....	11
3 Àrea de comunicació i comercial.....	13
3.1 Comercial.....	14
3.1.1 Publicitat.....	14
3.1.2 Distribució.....	14
3.1.3 Suplements.....	15
3.1.4 Serveis externs.....	15
3.2 Comunicació.....	16
3.2.1 Marca Directa 2022.....	16
3.2.2 Campanyes 2022.....	17
3.2.3 Promocions 2022.....	18
3.2.4 Parades i fires.....	18
3.2.5 Anàlisi de les xarxes socials.....	18
4 Àrea de Persones.....	24
4.1 Posada en marxa de l’àrea.....	24
4.2 Espais de participació.....	24
4.2.1 Consells de redacció.....	24

4.2.2 Assemblea del País Valencià.....	24
4.2.3 Assemblees de col·laboradores.....	24
4.2.4 Grup de col·laboradores.....	24
4.3 Instruments de benestar de la cooperativa.....	25
4.3.1 Codi de conducta.....	25
4.3.2 Protocol contra les violències masclistes.....	25
4.3.3 Pla de resolució de conflictes.....	25
4.3.4 Pla de dignificació salarial.....	25
4.3.5 Règim intern.....	25
5 Àrea d'Administració.....	25
5.1 Avaluació i seguiment de l'exercici comptable 2023.....	25
5.1.1 Subscripcions.....	26
5.1.2 Donacions.....	26

1 Introducció

En les pàgines que segueixen oferim un repàs de les activitats dutes a terme des del projecte de la Directa: des de les productives a les reproductives, les destinades a consolidar la marca, la base social i de subscriptores, a enfortir els llaços entres totes les persones que –amb rols molt diversos– hi participen i a garantir-ne la solvència financera.

Han fet possible, en definitiva, un any més, allò que proclama la nostra missió: periodisme que proveeixi la societat d'eines d'anàlisi crítica, que doni veu a les propostes transformadores en els àmbits de justícia social i ambiental, des del rigor professional, amb independència dels poders públics i privats, escrit en català des dels Països Catalans.

Ho hem fet malgrat un context de crisi econòmica global al qual el nostre projecte no ha viscut aliè. Malgrat un creixement continuat i sòlid del nombre de subscriptores (en part, gràcies a la publicació de diversos reportatges d'investigació que han tingut gran ressò mediàtic), també observem amb preocupació un increment de baixes superior al d'anys precedents. Tot i això, continuem creient en subscriptores que segueixen sent la base social de la revista. En part, per fer front a aquesta conjuntura complexa, durant l'any passat vam començar a implementar un pla de diversificació dels ingressos, garantint, però, que un 70% d'aquests ingressos provinguin sempre de fons propis (subscripcions, donacions i serveis externs).

L'any 2022 ha estat alhora un any decisiu en altres aspectes de la singladura de la Directa. Es va començar a implementar una reestructuració a fons de l'organigrama de funcionament de l'equip de treball que ha comportat, com a punt més significatiu, la incorporació d'una nova plaça dedicada a la difusió dels continguts i les activitats del projecte a través de les xarxes socials. Alhora, durant tot l'any, i particularment durant el segon semestre, es va treballar a fons en el procés per repensar a fons l'estructura i el disseny de la revista de paper i que ha de culminar aquest any 2023 amb una nova Directa de periodicitat mensual i una imatge molt renovada.

2 Àrea Productiva

L'Àrea Productiva està formada pels rols d'Agenda pròpia, Seguiment de l'actualitat, Edició i Correcció, Coordinació d'Art, Innovació.

2.1 Agenda pròpia

2.1.1 Reportatges web

Resum dels reportatges de la web que han tingut més ressó:

Reportatge 'Un guàrdia civil retirat organitza campaments militars d'estiu per adoctrinar menors d'edat':

Jorge Mellado Agudo dirigeix un despatx d'advocats a Vilafranca del Penedès i des del mateix domicili fiscal gestiona l'empresa Campamento Navacerrada S.L., amb la qual instrueix en el maneig d'armes infants i joves d'entre 11 i 21 anys amb l'ajuda de militars en actiu.

- Visites úniques al web: 23.654.
- Twitter: 279 retuits + 35 tuits amb cita. 41.118 impressions tweet inicial.

Entrevista a Anna Gabriel Sabaté:

El setembre, publiquem una extensa entrevista a l'exdiputada de la CUP, després de cinc anys d'exili. Es tracta de la primera entrevista que concedeix des que ha pogut tornar als Països Catalans. Aprofitem el previsible interès dels mitjans generalistes, per gravar-la amb vídeo. També elaborem un tràiler per anunciar dia i hora de publicació i alguns mitjans ja n'estan informats.

- Visites úniques al web: 8.699.
- YouTube: 3001 visualitzacions.
- Twitter: 61687 impressions del tweet inicial (184 retuits) 107.000 visualitzacions un vídeo curt.
- Instagram: 12987 impressions.
- Impacte mediàtic:
 - Televisió: TV3 -*Matins*, *TN Migdia*, *Tot es mou*, *Planta baixa*-, Més324.
 - Digitals: *Nació Digital*, *Vilaweb*, *El Món*, *El Nacional*, *Racó Català*, *Ara*, *Público*, *diario.es* i premsa local i comarcal.
 - Agències: ACN, EFE, Europa Press.
 - *Argia* i *Berria* van replicar l'entrevista en euskera.

Reportatge sobre els grans propietaris d'habitatges a Castelló:

Publiquem una investigació sobre els grans propietaris d'habitatges a Castelló, que acaparen un total de 5.681 habitatges, entre pisos, cases unifamiliars i xalets. La majoria, 4.607 immobles, estan en mans de bancs, fons d'inversió i empreses; mentre que 1.074

pertanyen a persones físiques, moltes de les quals vinculades a societats immobiliàries. La investigació permet mapejar els immobles dels grans tenidors de Castelló.

- Visites úniques web: 212. No es va assolir l'objectiu de ser l'article amb més visites el dia de la publicació.
- Visites del vídeo: 3.317 visualitzacions a Twitter
- Twitter: 14.146 impressions el tuit inicial (50 retuits).
- Instagram:
 - Post del vídeo: 4.413 visualitzacions del vídeo (94 likes).
 - Post del carrusel amb dades: 4.316 impressions (201 likes).
- Mitjans on es va aparèixer: Ràdio Klara (col·laboració habitual).

Reportatge sobre l'intent de ressuscitar els Ultra Yomus del Valencia CF

En gener de 2022 publiquem una investigació sobre com neonazis d'Espanya 2000 i Bastión Frontal intenten ressuscitar la penya d'extrema dreta del Valencia Club de Futbol Ultra Yomus. El seu expresident, Ramón Castro, àlies Levis, és qui encapçala l'intent de refundar el grup amb la incorporació d'individus com Jorge Plaza Vallés i Jesús Manjavacas Alonso, que recentment s'han vist involucrats en enfrontaments físics amb antifeixistes als quals paradoxalment han denunciat per delictes d'odi i lesions.

- Visites web: 10.364 visites úniques. Va ser el cinquè reportatge més llegit durant el primer semestre de 2022.
- Twitter: 83.893 impressions el tweet inicial (148 retuits).
- Instagram: 7.774 impressions (344 likes).
- Mitjans on es va aparèixer: Ràdio Klara (col·laboració habitual). A més, en el programa de reportatges d'investigació Zoom, d'À Punt televisió, van citar el reportatge.

Reportatge sobre la infiltració de neonazis en la grada del Levante UD

Publiquem en novembre de 2022 una investigació sobre la infiltració de neonazis en la grada d'animació del Levante UD. Membres de Levante Fans 1909, en la qual està integrada la penya d'extrema dreta Ultras Levante, mantenen una estreta relació amb coneguts neonazis com Ramón Castro, exlíder dels Ultra Yomus del Valencia CF. Un grup de socis exigeix a la directiva del club de futbol que prengui mesures davant les amenaces i la impunitat amb què actuen dins i fora de l'estadi.

- Visites web: 3.783 visites úniques. Va ser el quart article més llegit durant el mes de novembre.
- Temps premig a la pàgina: 1 minut i 34 segons.
- Twitter: 56.807 impressions en el primer tweet (122 retuits).
- Mitjans on vam aparèixer: Ràdio Klara (Col·laboració habitual).

2.1.2 Llançament dels “A fons”

Nombre de subscripcions, visites úniques i impressions a xarxes dels reportatges de la secció A fons que hem elaborat durant el 2022 (termini temporal: primera setmana des del dia de la publicació o, en cas que s’hagi fet una campanya de difusió específica, període de duració de la campanya)

Destapem Blackstone:

Després d’un minuciós rastreig de les dades de diferents empreses d’un dels grans fons del món, el mes d’abril revelem per primera vegada quants habitatges té Blackstone a Catalunya i constatem que és el propietari més gran de l’Estat per davant de CaixaBank. Mapegem els immobles per municipis i publiquem una taula per carrers i altres dades dels immobles.

- Nombre de subscripcions: 34 subscripcions
- Donacions: 85 / 1649,96.
- Aportacions: 1 / 50.
- Visites úniques: 7.749.
- Impressions a xarxes:
 - Twitter: Increment de 500 usuàries en els tres primers dies de publicació
 - Instagram: Increment de 200 usuàries en els tres primers dies de publicació
El primer twit de portada va tenir 1.439 retuits i 141 twits amb cita
 - Impacte mediàtic: Catalunya Ràdio es va fer ressò del reportatge publicat, així com altres mitjans amb què col·laborem, com *El Salto* i *Ara Info*. També alguns mitjans locals han utilitzat dades dels seus municipis que la Directa va treballar infogràficament.

Talp d’estat:

- Nombre de subscripcions: 66 subscripcions.

“Qualsevol informació sobre Batec i la relació amb Jovent Republicà ens pot interessar”

- Nombre de subscripcions: 12 subscripcions.
- Visites úniques: 1.554.
- Impressions a xarxes: 441.000, 742 retuits i 20 tuits amb cita.

La droga que consumeix el Raval

- Nombre de subscripcions: 28.
- Visites úniques: 695.
- Impressions a Twitter: tweet de portada: 32.148. 99 retuits i 12 tuits amb cita.

Aquest rol també és responsable de la dinamització del Consell Periodístic, la planificació de temes, la gestió de noves propostes, l’assignació, direcció i supervisió de col·laboradores, la definició i coordinació dels suplementos estratègics i l’elaboració, gestió i manteniment de l’arxiu fotogràfic.

2.2 Seguiment de l'actualitat

Aquest rol és responsable de fer seguiment del calendari, convocatòries i mobilitzacions, de l'elaboració de continguts, de la gestió de noves propostes i de l'assignació, direcció i supervisió de col·laboradores. Arran de la reformulació de l'organigrama de treball, a principis de 2002 es van àrees o eixos temàtics amb persones responsables en l'equip de treball per a cadascun d'aquests eixos, amb l'objectiu de millorar la qualitat a través de l'especialització i facilitar el vincle amb les col·laboradores habituals de cada eix.

Repassem els principals eixos temàtics abordats el 2022, ordenats pel nombre de publicacions de cadascun:

- Repressió: 59
- Opinió: 50
- Habitatge: 44
- Cultura: 42
- Medi Ambient: 39
- Internacional: 38
- Memòria: 30
- Política: 26
- Treball: 25
- Urbanisme: 17
- Energia: 16

Rànquing de visites a publicacions de 2022:

TÍTOL DE LA PÀGINA	VISUALITZACIONS DE PÀGINA	▼ VISUALITZACIONS DE PÀGINA ÚNIQUES	RÀTIO DE REBOTS	TEMPS MITJÀ A LA PÀGINA	TAXA DE SORTIDA	TEMPS MITJÀ DE CÀRREGA DE LA PÀGINA
Portada - directa.cat	217.609	171.111	56%	00:00:59	66%	7,02 s
Un agent de la policia espanyola s'infiltra a l'esquerr...	35.681	31.617	80%	00:01:21	88%	7,12 s
Un guàrdia civil retirat organitza campaments milita...	25.150	23.158	91%	00:00:32	98%	4,67 s
Un vídeo dels Mossos demostra com van infringir el...	19.037	17.273	90%	00:00:37	99%	5,28 s
Acomiadats de Bon Preu-Esclat dues hores després...	17.133	16.241	95%	00:00:17	99%	4,61 s
La UB confirma que l'infiltrat Marc Hernández Pon v...	16.639	15.855	93%	00:00:19	96%	3,75 s
Un espia camuflat en l'activisme - directa.cat	15.811	13.607	79%	00:00:51	78%	5,68 s
Neonazis d'Espanya 2000 i Bastión Frontal intenten r...	11.879	10.310	83%	00:01:16	91%	5,97 s
Subscriu-t'hi - directa.cat	11.814	9.429	63%	00:00:46	52%	6,27 s
Primavera Sound i el segrest cultural - directa.cat	10.147	9.322	86%	00:01:04	95%	5,59 s

El nombre de publicacions de l'any 2022 ordenades en funció de l'àmbit territorial (de dins i de fora dels Països Catalans) en què posaven el focus han sigut les següents:

- Catalunya: 518
- País Valencià: 241
- Illes: 11
- Catalunya Nord: 8
- Internacional: 195

2.3 Edició i Correcció

2.3.1 Publicació de temes i edició de continguts

Nombre de subscripcions que s'han fet durant les dues setmanes posteriors a cada publicació en paper:

- Directa 538. L'etern retorn del barraquisme. 39
- Directa 539. Pobresa que empresona. 19
- Directa 540. El règim dels 35. 17
- Directa 541. Guardians de la mordassa. 12
- Directa 542. Dones precàries sostenint la vida. 5
- Directa 543. Llet cremada. 11
- Directa 544. Una màfia anomenada supervivència. 4
- Directa 545. Destapem Blackstone. 45
- Directa 546. Gas a preu de guerra. 13
- Directa 547. Qui guanya amb els jocs Olímpics. 16
- Directa 548. Rescat turístic a primera classe. 10
- Directa 549. Talp d'estat. 79
- Directa 550. Talp d'estat II. 22
- Directa 551. Muntanyes consumides. 18
- Directa 552. Mireu amunt, us vigilen. 12
- Directa 553. Amenaça latent. 32
- Directa 554. 1942, l'extermini d'un món. 14
- Directa 555. La droga que es consumeix al Raval. 28
- Directa 556. Pantalles de classe. 19
- Directa 557. Masclisme sense cura. 8
- Directa 558. Morts invisibles. 20

- Directa 559. Qatar, absolutisme amb valors de mercat. 11
- Directa 560. Visats a cop de talonari. 25 (Coincideix amb la campanya de Nadal i l'agenda)

2.3.2 Correcció de textos i revisió del llibre d'estil

El mes de gener de 2022 es va elaborar un protocol de subtitulació per homogenitzar els criteris que fem servir. El document de treball es va elaborar des del rol de Correcció i la coordinació d'Audiovisuals en va donar el vistiplau. El mes de febrer de 2022 es va organitzar una jornada amb col·laboradores, que va consistir en un debat sobre terminologia i toponímia, seguida d'una calçotada, amb l'objectiu de començar a preparar la reedició del *Llibre d'estil de la Directa*. La finalitat d'aquest debat va ser consensuar solucions per algunes fòrmules que a l'hora de redactar generen discrepàncies o dubtes, com ara *mena*, *persona migrada* o *Abya Yala*, entre d'altres.

En la preparació del debat hi van participar tres treballadores i quatre col·laboradores i en la jornada hi van participar deu persones. Els termes consensuats tenen a veure amb la salut física i mental (recollits del debat de l'any anterior), antiracisme i toponímia.

Van quedar pendents els termes *persones preses*, *genocidi*, *gihadisme*, *LGBTIQ+*, *trans**, *washing* i un debat sobre noms d'accidents geogràfics i espais naturals amb doble nomenclatura.

2.4 Coordinació d'Art

Aquest rol té la responsabilitat de garantir que s'estableixin i defineixin línies gràfiques de tots els formats, garantir el compliment de les línies gràfiques, dissenyar els materials corporatius i dinamitzar les portades.

2.4.1 Producció d'art

Resum de la producció d'art a la revista de paper i suplement segons el gènere de l'autoria:

Portades

- Portades fetes per dones: 6
- Portades fetes per homes: 15
- Fetes conjuntament per home i dona: 1
- Imatge històrica: 1

*Observacions: La majoria de portades van signades per homes perquè la coordinació de foto i d'art són dos homes, i acaben fent la majoria de portades, ja sigui per mantenir una línia gràfica, o per manca de temps de fer un encàrrec extern.

Il·lustracions (“Opinió”, “Cruïlla”, “Expressions” i “Malal·letra”):

- Fetes per dones: 52
- Fetes per homes: 26
- Generades per intel·ligència artificial: 1

Suplements:

- Portades:
- Homes: 2
- Dones: 7
- Les han fet els clients: 2

Maquetació:

- Homes: 6
- Dones: 5

2.5 Innovació

El rol d'innovació s'encarrega de Definir nous formats, vetllar per la publicació de nous formats i de vetllar per la formació interna en nous formats.

2.5.1 Paper

Un dels objectius assolits d'aquest rol en 2022 ha suïgut preparar el llançament d'una revista renovada amb periodicitat mensual el 2023 i dinamitzar reunions de continguts.

S'han fet més de sis reunions la comissió de continguts, tres plenàries amb col·laboradores per ratificar les decisions i una presentació amb el Consell Rector i el Consell Periodístic.

A 31 de desembre de 2022, el llançat estàndard de la nova revista a 64 pàgines està tancat. L'estructura i les persones responsables de coordinar les diverses seccions també, i s'està treballant en el disseny i la campanya de comunicació, amb l'objectiu de sortir amb el primer número mensual a principis del mes de maig.

2.5.2 Reportatges audiovisuals

Entrevista documental ‘El mètode Arcadi’: una conversa sobre amor i lluita

Gràcies a un treball conjunt amb el mitjà digital *Crític*, hem publicat una entrevista-documental amb Arcadi Oliveres, que va concedir la darrera entrevista abans de morir. Amb l'equip audiovisual de la Directa i Montse Santolino, col·laboradora i membre del Consell Rector, es va realitzar una entrevista amb un enfocament que defugís les preguntes i respostes comunes.

- Visites úniques al web: 2.264
- 1.893 visualitzacions al YouTube de la Directa
- 108 retuits del llançament

- Arran de la publicació, vam participar en un col·loqui a la Setmana per la Pau, organitzada per Justícia i Pau. També es va projectar el vídeo. Vora un centenar de persones van assistir a l'Espai Fontana de Barcelona.

Documental 'Un futur contra vent i marea'

En un context de retallada dels dies de feina per la flota pesquera de proximitat dels Països Catalans, el documental intenta oferir la radiografia d'un sector que veu el seu futur des de la corda fluixa.

- Visites a YouTube: 570.
- Presentacions a Barcelona, València i Palamós.

Documental 'Kobane. Aixecar-se'

Kobane, Aixecar-se és un projecte que mostra la resiliència de la ciutat kurda del nord de Síria deu anys després de la revolució que va implementar una sèrie de canvis socials que l'han propulsat a ser un territori pioner dins de la Mediterrània Oriental. Després de presentar el projecte en diferents sales de cinema i festivals, obrim aquesta producció conjunta de Camara Negra i la Directa.

- Visites al YouTube: 1.400
- Presentacions a nombroses ciutats dels Països Catalans, sobretot lligades a activitats del moviment en solidaritat amb el poble kurd.

Un vídeo dels Mossos demostra com van infringir els protocols en disparar una veïna de Sabadell amb una pistola Taser

Els quatre policies que van detenir una dona amb una crisi d'ansietat a les portes del CAP Creu de Barberà declaren al jutjat com a investigats per un delictes contra la integritat física i moral i per un de lesions lleus. L'actuació va quedar enregistrada per la càmera que portava a sobre el caporal que li va disparar en tres ocasions amb una pistola elèctrica.

- Visites web úniques: 17.285.
- Temps mitjà a la pàgina: 37 segons.
- Visualitzacions al canal de YouTube de la Directa: 17.200.
- 372 retuits del llançament + 35 tuits amb cita.
- Rèpliques a altres mitjans: Diari de Sabadell (<https://www.diaridesabadell.com/2022/09/27/video-mossos-pistola-taser-sabadell-actuacio/>) i Nació Digital (<https://www.naciodigital.cat/sabadell/noticia/37743/video-reduccio-pistola-taser-jove-portes-cap-creu-de-barbera-sabadell>).

Un jove denuncia una agressió racista d'un agent de policia local a Burjassot

El jove va interposar una denúncia al jutjat de guàrdia de Paterna contra l'agent que li va propinar un cop de puny en l'estómac i la resta de policies presents en el moment de l'agressió, que va quedar documentada per un vídeo que va gravar un veí des del balcó de la seva casa.

- Visites web úniques: 497 visites. Desè article més llegit durant el mes de desembre.
- Twitter: 13.155 impressions en el primer tuit (55 retuits).

Rànquing visites publicacions directa.cat - 2n semestre curs 2021-2022 (1.1.22-30.6.22)

	Pàgines vistes	Vistes de pàgines úniques	% de rebot	Temps promig a la pàgina	% de sortida	Temàtica Autoria
1. un-agent-de-la-policia-espanyola-sinfiltra-a-lesguerra-independentista-i-al-moviment-pel-dret-a-lhabitatge	34.492	30.569	80%	00:01:21	89%	Investigació Jesús R.
2. un-guardia-civil-retirat-organitza-campaments-destiu-militars-per-adoctrinar-nens-soldat	25.030	23.015	91%	00:00:33	98%	Ultradreta David B.
3. la-ub-confirma-que-linfiltrat-marc-herandez-pon-va-fer-lexamen-dacces-i-es-va-matricular-aportant-un-dni	16.554	15.784	93%	00:00:19	96%	Repressió Jesús R.
4. un-espia-camufiat-en-lactivisme	13.963	12.059	79%	00:00:45	77%	A Fons Jesús R.
5. neonazis-despana-2000-i-bastion-frontal-intenten-ressuscitar-els-ultra-yomus-del-valencia-cf	10.364	9.043	83%	00:01:13	92%	Ultradreta Emma Fadri
6. primavera-sound-i-el-segrest-cultural	10.000	9.182	86%	00:01:04	95%	Opinió Benito Souto
7. el-fons-dinversio-blackstone-posseeix-5-550-habitatges-a-306-municipis-de-catalunya	8.497	7.392	85%	00:01:03	90%	Investigació Gemma Garcia
8. la-ultradreta-europea-la-guerra-a-ucraina-i-putin	7.583	6.805	87%	00:01:26	91%	Internacional Roger Suso
9. una-malalta-cronica-porta-a-la-via-judicial-la-denegacio-de-la-pensio-per-incapacitat	7.128	6.757	94%	00:00:22	98%	Treball Homera Rossetti
10. que-hi-trobem-a-la-directa-549	6.595	6.092	69%	00:00:57	72%	Sumari Redacció Directa
6. nemerotecas	9.112	8.350	89%	00:00:50	90%	
7. subscriu-thi	6.745	5.393	61%	00:00:45	50%	
8. portada-actualitat	4.277	3.452	49%	00:00:58	39%	
9. product	3.739	2.178	58%	00:00:39	35%	
10. qui-som	3.722	3.211	55%	00:01:20	52%	

3 Àrea de comunicació i comercial

3.1 Comercial

3.1.1 Publicitat

Calendari de publicitats 2022: anunciants fixes i variables.

Promoció Fidelització: enviament massiu de la promoció (-20% de descompte si contractes tres publicitats o més per gastar durant el 2022), a 250 entitats (les sòcies de la XES).

Promoció 8M: enviament massiu a 330 entitats per sortir al número en paper del 28/02 (especial 8M) amb un 10% de descompte.

Push Sant Jordi: enviament massiu a editorials i gent del ram de la literatura (64 empreses) perquè aprofitin i es publicitin per Sant Jordi. No hi ha cap descompte o promoció especial.

Campanya Publicitat a Ratlla: Campanya sota el lema «a la directa, la publicitat la mantenim a ratlla» per XXSS i pel web. La idea és mostrar quin tipus de publicitat tenim. Demanem als anunciants.

Convenis amb proveïdors de campanyes: APPEC, GroupM, Medialog i Penguin Random House.

TOTAL INGRESSOS GENERATS: 23.588 euros (5% per sobre any anterior)

3.1.2 Distribució

- Punts de venda Barcelona Ciutat: 22
- Punts de venda Barcelona Província: 14
- Punts de venda Girona: 8
- Punts de venda Lleida: 3
- Punts de venda Tarragona: 5
- Punts de venda País Valencià: 9
- Punts de venda Illes Balears: 1
- Punts de venda Catalunya Nord: 1
- Punts de venda Madrid: 1

3.1.3 Suplements

- *L'oligopoli energètic, cap per avall*, fet amb Perifèries.
- *LaCulturaCom*, fet des de la Xarxa d'Espais de Gestió Comunitària (diferents ateneus).
- *Cultura Transformadora*, fet amb Quepo i altres entitats.
- *Ones Desobedient*, fet amb Perifèries.
- *Fem barris cooperatius*, fet amb Impuls Cooperatiu de Sants.
- *Naturistes*, fet amb la Federació Naturista de Catalunya.
- *Infoxes*, fet amb la XES.
- *Aliments amb justícia*, fet amb La Coordi.
- *Mostra de Cinema de la Mediterrània i de Llevant*, fet amb Cine Baix.
- *Ciutats Vivibles des del Feminisme*, fet amb EntrePobles.
- *Improcedent*, fet amb el Col·lectiu Ronda.

3.1.4 Serveis externs

- Teaser *El camí del sol*: Producció del teaser del documental *El camí del sol*, peça que forma part de la jornada de presentació del Suplement sobre l'oligopoli energètic.
- Formació Calala i El Salto: Formacions sobre com combatre els discursos d'odi des dels feminismes. Hi participa l'Anna Celma.
- Relatòria Jornades Ateneu 9B: Relatoria de dues taules jornades a l'Ateneu de 9B, en relació amb el suplement de xarxes d'espais de gestió comunitària. De la mà de l'Edu Abad.
- Formació Perifèries: Taller de 4 h amb Laia Gordi i Ester Fayos sobre Periodisme Feminista, per Perifèries.
- Moderació Acte Pacifisme: Participació en el debat "Pacifisme", dins del cicle "Claus per entendre el conflicte"; a El Born Centre de Cultura i Memòria.
- Seminari: Participació en el Seminari Internacional de Democràcia Comunal. Gemma Garcia presenta i modera la taula.
- Formació: Formació "Taller de capacitació sobre ordre públic i models policials", feta pel Jesús Rodríguez.

- Càpsules de vídeo Nakba: SUDS I SCI organitzen un acte al MACBA, en motiu de la Nakba Palestina. Demanen gravar i editar sis càpsules i un vídeo resum de la jornada.
- Formació Xarxanet: Taller d'1 h per treballar el llenguatge inclusiu en els mitjans de comunicació des d'una perspectiva de gènere, antiracista i no capacitista. El fa Miriam Tijani.
- Cartell La Coordi: Cartell per La Coordi, amb quatre modificacions i adaptacions de format per totes les xarxes.
- Dossier extrema Dreta Escola Guillem Agulló: Redacció d'un capítol d'entre 5 i 10 pàgines, que té per objectiu la promoció i la difusió de les iniciatives activistes i comunitàries que combaten l'extrema dreta en el si dels Països Catalans. Participació en la jornada en la qual es presenti l'informe. Investiga, redacta i participa en la jornada: David Bou.
- Formació Nexes: Taller fet a la Directa, pel Marties Lorente, per a l'estudi de l'alfabetització mediàtica i informacional a estudiants de comunicació.
- LabCoop: Participació en el Laboratori de Som Energia. Lidera Estel·la Marcos.
- Curs Online Períodisme Feminsita *Directa*, *El Salto* i *Pikara Magazine*: Realització per part de la Directa d'una sessió i dues mitges. Anna Celma i Sara Borrellà.
- Mostra de cinema: Moderació debat 12 de novembre 16a Mostra de Cinema Salut, Drets. Gemma Garcia.
- Moderació Terrassa Cooperativa: Moderació debat 12 de novembre 16a Mostra de Cinema Salut, Drets. Gemma Garcia.
- Curs conflictologia: Ponència de Jesús Rodríguez al curs de conflictologia de desembre de 2022.

3.2 Comunicació

3.2.1 Marca Directa 2022

Celebració i visibilitat de la Directa

- Aniversari de la Directa a Barcelona
- Festa Directa al País Valencià

Difusió de temes

- Dues presentacions i xerrades sobre l'a Fons 'Pobresa que empresona': a Barcelona i Castelló.
- Presentació a València del suplement 'Perifèries'.
- Tres projeccions del documental sobre l'a fons del sector pesquer: a València, a Barcelona i a Palamós.
- Projecció i presentació del documental 'Kobane, aixecar-se' a Barcelona.
- Presentació del documental 'Kobane, aixecar-se' al CineBaix.

Participació en actes

- Presentació del llibre 'De los Neocón a los Neonazis'.
- Presentació del nou llibre de Mar Vallecillos a Barcelona.
- Presentació a València del documental 'Ones lliures'.
- Acte en homenatge a Arcadi Oliveres a Barcelona.
- Dinamització d'una taula rodona organitzada per Terrassa Cooperativa.

Debats

- Tres debats crítics a la FESC sobre l'Economia Social i Solidària.

Formacions

- Classe al Seminari d'Anàlisi de l'Actualitat de primer de periodisme de UPF.
- Xerrada i formació sobre com combatre discursos d'odi i antifeministes. Aliança amb Calala Fondo de Mujeres i el Salto.
- Curs de periodisme feminista en línia organitzat pel Salto i on també hi participa Pikara Magazine.
- Formació sobre periodisme amb MIL, estudiants internacionals a Barcelona.
- Xerrada sobre participació i organització interna, organitzada per LabCoop.

Presentacions de la Directa

- Presentació de la Directa a Benlloc (la Plana Alta).

3.2.2 Campanyes 2022**Sobre publicacions: Destapem Blackstone (abril)**

- Es van aconseguir 4.056,96€ entre 85 donacions i 34 subscripcions.
- Vam aparèixer a 5 mitjans: Catalunya Ràdio, el Salto, Ràdio Cubelles, AraInfo i altres portals.

Sobre publicacions: Talp d'estat (juny)

- 66 subscripcions i 7 donacions de 2000€
- Aparició en diversos mitjans: Rac1, Cat Ràdio, els Matins de TV3, Vilaweb, Nació Digital, Diari Balears, Argia, El Nacional, Tot Barcelona, Betevé, el Salto.

Sobre publicacions: Un Pegasus a peu de carrer (juny)

- 13 subscripcions i 2 donacions.
- No vam fer recull de l'aparició en mitjans

Campanyes del mitjà: Festa Directa País Valencià (setembre)

- 22 subscripcions (15 del PV) i 9 el dia de la festa (amb un 50% de descompte).
- 17 persones demanen el sorteig de fidelització.

- 60 persones assisteixen a la xerrada.
- Beneficis de la festa: 372, 85€.

Campanyes del mitjà: Campanya d'hivern Pikara – Directa (novembre - gener de 2023)

- 90 subscripcions: 20 web, 54 paper, 16 solidàries
- Més de 10 articles publicats.

3.2.3 Promocions 2022

Amb l'objectiu de fidelitzar les subscripcions i cuidar les col·laboradores, durant el 2022 hem executat les promocions següents:

Sorteig de 10 llibre 'De los neocón a los neonazis' (febrer)

- Ho demanen 9 persones (7 subscriptores i 2 col·laboradores)

Sorteig de cinc exemplars de 4 títols de llibres diferents (abril)

- Ho demanen 97 subscriptores i col·laboradores.

Sorteig d'una entrada doble per al festival 'El tingladu' – per a col·laboradores (juliol)

- 50% de descompte per a les subscriptores a la Uni Climática de La Marea.
- Tres persones ho utilitzen.
- Dues places gratuïtes per a la Uni Climática, per a col·laboradores.
- Ho demana una persona.

Llançament Agenda 2023. Només per a subscriptores (novembre)

- Promoció Subscripció + Agenda 23
- Es fan 20 subscripcions amb aquesta promoció.
- Venda de l'agenda 2023 al públic general
- En total, es venen 77 agendes, se'n regalen 24 i se'n reparteixen, a punts de venda, 52.
- Es fa un benefici de 313€.

3.2.4 Parades i fires

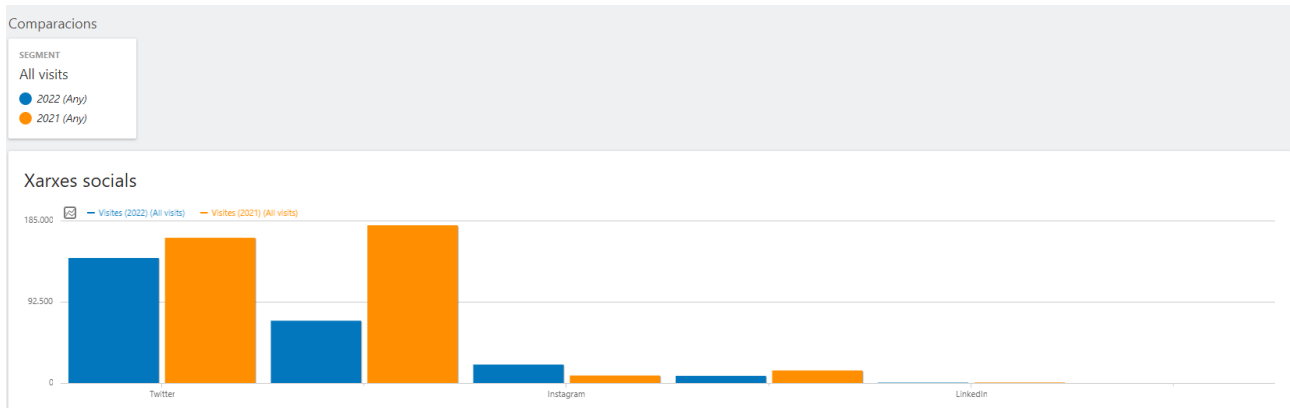
- Sant Jordi / Abril / La Comunal
- Primavera Cooperativa / Maig / Sants
- Fira feminista de València / Maig / València
- Manifestació Sos Pirineus / Maig / Puigcerdà
- Fira Alternativa de València / Juny / València
- Fira de l'escola popular de la Fènix / setembre / Énguera
- FESC / octubre / Barcelona

3.2.5 Anàlisi de les xarxes socials

L'adquisició de visites al web des de xarxes socials ha canviat respecte de l'any passat.

Twitter i Facebook segueixen sent les principals portes d'entrada al web: 59% i 29% de les visites provenen d'aquestes xarxes socials. Tanmateix, han caigut les visites, sobretot Facebook.

D'altra banda, enguany Instagram ha crescut pel que fa a clics al web: abans representaven el 2% d'entrades, i ara són el 9% d'entrades.



Facebook

- Abast: 124.097 (-55,6%).
- Seguidores: 63.508.
- La majoria es concentren entre els 25 i els 54 anys, amb majoria de dones (53,5% dones, 46,5% homes)

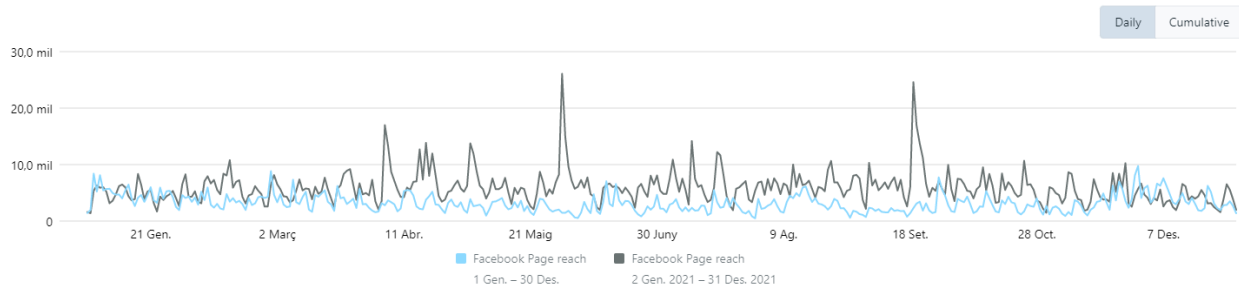
Abast

Compare your reach from this period to the previous one.

See more about your content performance

Facebook Page reach ⓘ
124 097 ↓ 55.6%

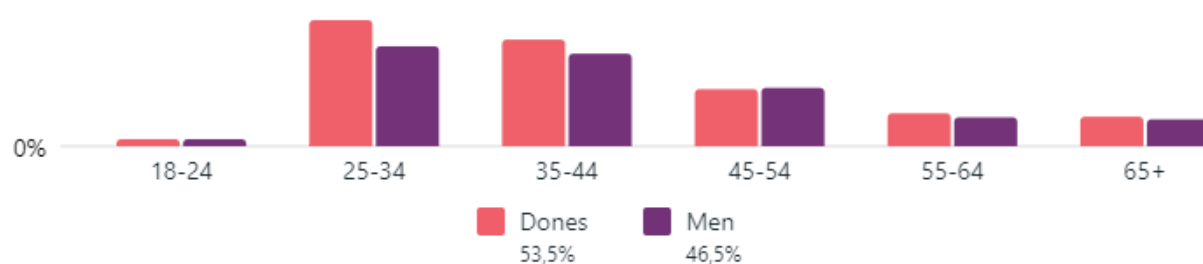
Instagram reach ⓘ
138 851 ↑ 42.1%



Facebook Page followers ⓘ

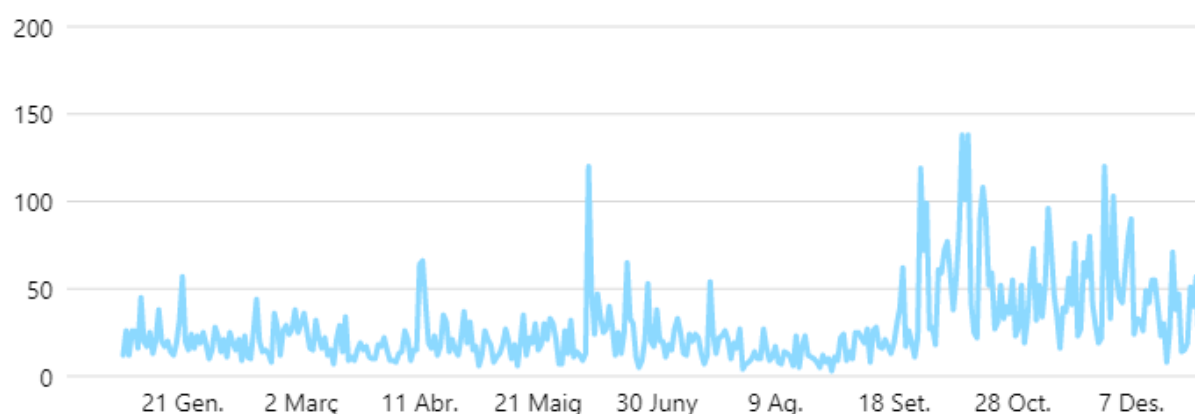
63 508

Sexe i edat ⓘ



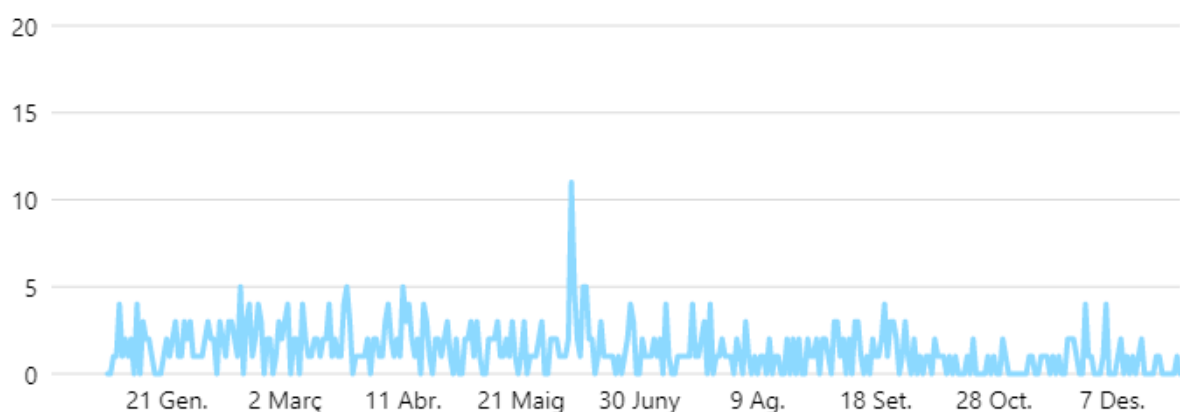
Facebook Page visits ⓘ

10 311 ↓ 36.8%



Facebook Page new likes ⓘ

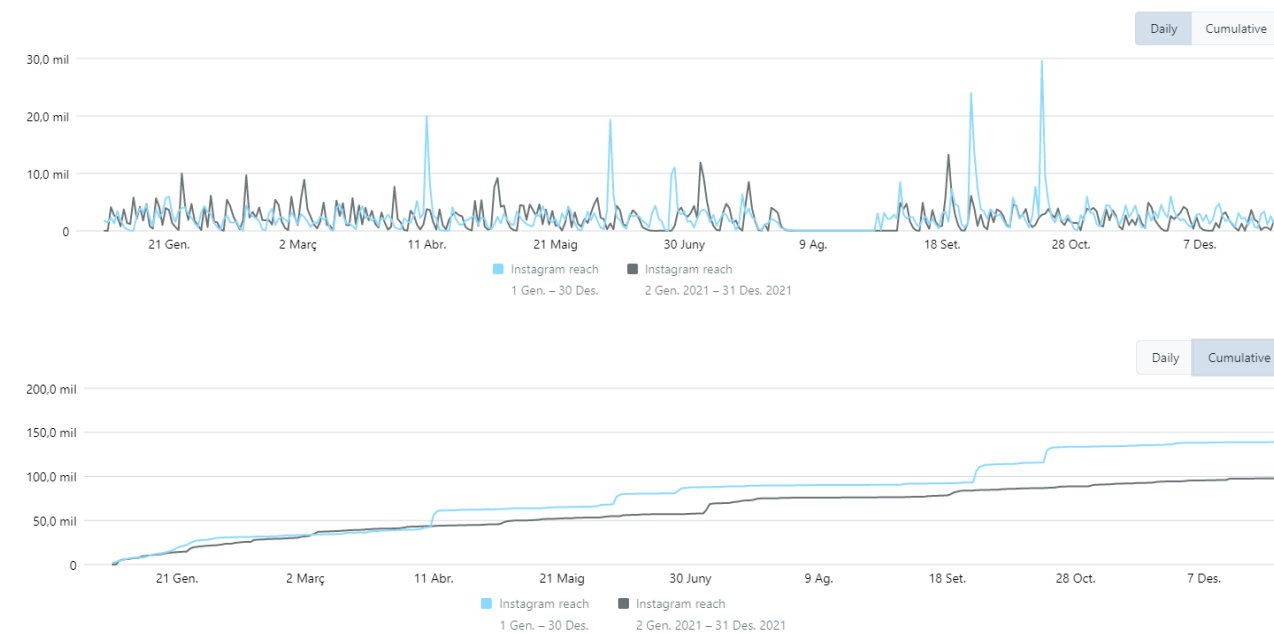
490 ↓ 42.8%



Instagram

- Seguidores: 18.961 (+841 des del setembre).
- Abast: 138.851 (+42,1% durant 2022).
- Les seguidors es concentren entre els 25 i els 44 anys, amb un 61,1% de dones i un 38,9% d'homes.

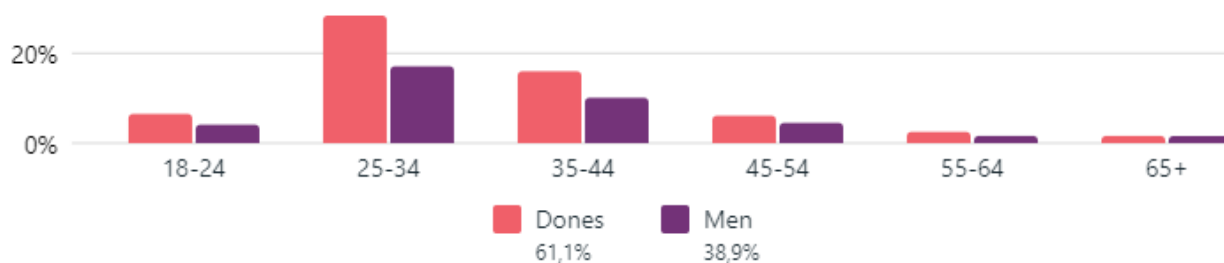
La publicació de temes forts, com el de “Talp d'estat” va tenir un gran impacte en les visites al perfil d'Instagram de la Directa, i també en l'augment de seguidors.



Instagram followers ⓘ

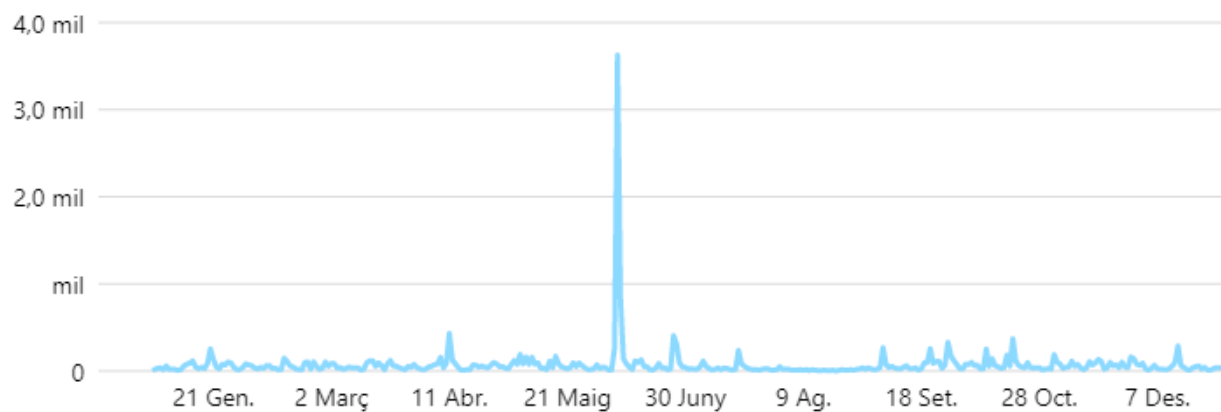
18 961

Sexe i edat ⓘ



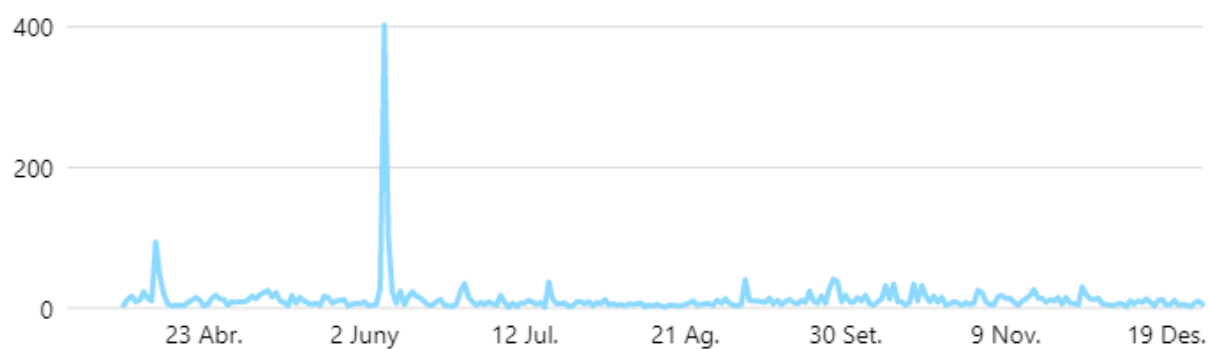
Instagram profile visits ⓘ

25 543 ↑ 11.8%



New Instagram followers ⓘ

3356 —



Twitter

- Seguidores: 121.403 (+1.403 des del setembre)
- Engagement: 1,7%
- Clics a enllaços: 99.300 clics
- Retuits: 68.400
- Agradaments: 85.100
- Respostes: 5.023

	Visites perfil	Tuits	Impressions	Mencions	Noves seguidors	Tema clau
Desembre	35.600	583	1.720.000	624	141	Horitzó socialista
Novembre	48.700	661	1.630.000	858	-227	Hard Rock
Octubre	73.000	624	2.370.000	1.797	493	The District
Setembre	153.000	519	1.860.000	1.278	248	Espionatge d'estat
Agost	27.400	159	452.000	284	272	Blackstone
Juliol	60.000	454	1.270.000	560	730	Espionatge d'estat
Juny	184.000	581	3.940.000	1.701	924	Espionatge d'estat
Maig	69.400	627	1.780.000	724	331	Jocs Olímpics Pirineus
Abril	82.200	602	2.480.000	889	628	Blackstone
Març	66.000	707	1.830.000	712	420	Condemna mosso
Febrer	73.900	663	2.220.000	889	252	Mossos habitatge
Gener	64.700	574	3.230.000	1.111	215	Mireia Comas
TOTAL	935.900	6.754	24.800.000	11.427	4.427	

Es veuen pics d'interès quan s'han publicat temes d'investigació potents. Alhora, també cal tenir en compte tota la *crisi* de Twitter arran de la compra per part d'Elon Musk, que coincideix amb el període en el qual hi ha una xifra negativa de noves seguidors.

Telegram

4.403 subscriptores

YouTube

7.850 subscriptores. Acumula 3.595.845 visualitzacions des del 2013 (+61.058 des del setembre).

4 Àrea de Persones

4.1 Posada en marxa de l'àrea

A l'inici de 2022, coincidint amb la reestructuració de l'organigrama de l'equip de treball, es va establir l'àrea de persones, pensada com un instrument per coordinar de forma ordenada i harmònica les relacions entre tots els actors humans que intervenen en el funcionament de la cooperativa i els seus òrgans i espais representatius: les sòcies, les col·laboradores i les membres de l'equip de treball.

4.2 Espais de participació

4.2.1 Consells de redacció

A principis d'any es va posar en marxa una reestructuració dels consells de redacció (setmanals) i les assemblees de col·lectiu (mensuals), per mirar de redreçar la baixa participació de col·laboradores en aquests espais. Es van suprimir les segones i es van implementar consells de redacció de periodicitat quinzenal, especialitzats i on s'abordaven també altres aspectes del projecte més enllà dels continguts. Malgrat una embranzida inicial, l'avaluació que es va fer al mes de juny de 2022 va constatar que la participació havia retornat als nivells anteriors a la nova etapa, es va considerar que havien deixat de ser operatius. Es va establir una comissió per repensar les formes de participació de les col·laboradores al col·lectiu.

S'ha posat en marxa també un butlletí per a les col·laboradores més assídues per informar-les dels temes que s'estan treballant o es plantegen des de l'àrea productiva per facilitar la seva implicació.

4.2.2 Assemblea del País Valencià

L'assemblea de nucli del País Valencià s'ha continuat celebrant amb periodicitat quinzenal.

4.2.3 Assemblees de col·laboradores

Se n'han celebrat dues: al juny a la comarca de la Terra Alta i el novembre al Bages, amb més de vint persones entre col·laboradores i membres de l'equip de treball.

Els continguts d'ambdues es van centrar en el nou paper i en els espais de participació.

4.2.4 Grup de col·laboradores

El mes de juny es va posar en marxa un grup de coordinació de col·laboradores, amb una col·laboradora responsable, encarregada de recollir els debats propis de les col·laboradores, les seves necessitats i traslladar-les als espais corresponents en cada cas.

4.3 Instruments de benestar de la cooperativa

4.3.1 Codi de conducta

Es van designar dues persones de l'equip de treball responsables de redactar i aprovar un codi de bones pràctiques de les treballadores, consensuat per l'equip i els diversos òrgans. En aquest sentit, es van fer diversos debats per establir la naturalesa i els límits d'aquest document que és previst redactar i aprovar durant l'any 2023.

4.3.2 Protocol contra les violències masclistes

Durant l'any 2022 hem adoptat com a propi el Protocol contra les violències masclistes de la Federació d'Economia Social i Solidària de Catalunya (FESC).

4.3.3 Pla de resolució de conflictes

S'ha posat en marxa una comissió de l'equip de treball per abordar situacions de conflicte al si d'aquest mateix equip. Es tracta d'una comissió formada inicialment per tres persones i actualment per dues.

Aquesta comissió ha elaborat un primer esborrany de protocol per a l'abordatge d'aquests escenaris conflictius, que és previst completar durant l'any 2023.

4.3.4 Pla de dignificació salarial

Arran de les diverses demandes –al si de l'equip del mateix equip de treball, però també formulades per moltes sòcies de la cooperativa– de dignificar la retribució econòmica de les treballadores, aquesta comissió de l'equip de treball va dinamitzar una sèrie de debats per recollir i consensuar una proposta realista de salari *just*.

D'aquest debat col·lectiu en va sorgir la demanda d'una retribució mensual neta de 1.800 euros nets amb un horitzó de cinc anys per assolir-la. Actualment, aquesta comissió treballa en un pla per fer efectiu aquest horitzó amb increments graduals.

4.3.5 Règim intern

S'ha actualitzat el Reglament de règim intern, incorporant-hi els drets i deures dels diversos actors que participen en la cooperativa per poder-lo sotmetre a la consideració de les sòcies en assemblea general aquest any 2023 i dotar-lo, d'aquesta manera, de naturalesa legal.

5 Àrea d'Administració

5.1 Avaluació i seguiment de l'exercici comptable 2023

En termes generals, s'han assolit les fites marcades en el pressupost 2022. Algunes partides han quedat per sota del previst, però s'han vist compensades per d'altres que han augmentat. Aquest recull de dades correspon al període entre gener i juny de 2022.

Ingressos

Les subscripcions han quedat per sota del planificat (280.000 vs. 265.000). S'han fet més subscripcions noves que al 2021, però aquestes s'han vist llastrades per l'increment de baixes (+25%).

Aquesta mancança en els ingressos de subscripcions s'ha vist compensada per l'increment d'ingressos dels serveis externs que per segon any consecutiu creix.

En quan a publicitat, s'han aconseguit i superat els ingressos previstos.

Les subvencions han aportat més de 33.000€ (vs .20.910 del 2021) destacant l'increment de 13.000 € de la subvenció web Català.

Despeses

S'han ajustat correctament a la planificació pressupostària i malgrat la tendència inflacionària general (per exemple 13% del paper) no s'han generat gran desajustaments, i els que hi ha hagut han estat a la baixa; com la obertura de la plaça de CM que estava prevista per l'abril i finalment va ser al setembre.

5.1.1 Subscripcions

El 2022 s'han fet 502 noves subscripcions i s'han formalitzat 250 baixes.

A continuació, el nombre de subscripcions de cinc dels dotze "A fons" que hem elaborat durant el 2022.

(durant la primera setmana des del dia de la publicació o període de duració de la campanya):

- Directa 541, Guardians de la mordassa: 14 subscripcions.
- Directa 545, Destapem Blackstone: 33 subscripcions.
- Directa 547, Qui guanya amb els Jocs Olímpics: 16 subscripcions.
- Directa 549, Talp d'estat: 66 subscripcions
- Directa 550, Talp II: 12 subscripcions

5.1.2 Donacions

En total, s'han assolit 138 donacions per un total de 5,100€.

3. Presentació del pla de treball 2023 per àrees

Destacar que l'Àrea d'Innovació:

El mes de maig llancem una nova revista en paper. Passem de quinzenal a mensual, i de 32 a 64 pàgines. Representarà una millora, tant en forma com en contingut. Aquest canvi és molt rellevant, anirà associat a una campanya i es presentarà a l'aniversari de *La Directa*.

Vots a favor: 25

- Treballadores: 9
- Col·laboradores: 7
- Consum: 9

Vots en contra: 0

Abstencions: 0

Queda aprovat per unanimitat

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
INNOVACIÓ	1. Augmentar la visibilitat de la Directa	Diversificar la base social de la Directa	Establir quins son els nostres públics objectius desitjats	Àrea de comunicació i comercial	Incorporar el punt de públic objectiu al pla de comunicació	1. Anàlisi del perfil de les subscriptores i les sòcies. Saber quina és la tendència a nivell territorial	Gener 2023
						2. Anàlisi de perfil de seguidores i comportaments a xarxes socials	Gener 2023
						3. Establir perfil de públic objectiu desitjat i el que hem de tenir. Per territori, edat, origen i classe social en funció dels temes estratègics establerts	Març 2023
			Fer arribar els continguts als nostres públics objectius desitjats	Àrea de comunicació i comercial	Tenir un document de resum de cada estratègia comunicativa segons els temes estratègics planificats	1. Calendaritzar 2. Base de dades per temes estratègics del 2023 3. Adaptar la difusió a cada canal, públic i tema establert 4. Recull o valoració de les innovacions de difusió aplicades	1. Gener 2-4. Durant l'any
			Elaborar un pla d'innovació de xarxes socials		Tenir un punt de planificació d'innovació al pla de xarxes socials	1. Anàlisi 2. Públic objectiu 3. Elaboració del pla 4. Implementar-ho"	1. Gener 2. Març 3. Maig 4. Setembre
			Utilitzar el ventall d'eines de les xarxes socials per arribar a un públic més divers		Fer entrevistes o debats sobre temes publicats a la Directa a través d'Instagram Live	1. Planificar els debats / entrevistes per Instagram Live segons la planificació de publicació de temes 2. Executar-ho	1. Gener 2. Durant l'any
	2. Millorar qualitat de la revista	Fer més atractiva gràficament la lectura	Llançar la revista renovada	Àrea Productiva > Coordinació d'Art	No passar mai de 3.000 caràcters per pàgina. Encarregar fotos i il·lustracions a dos mesos vista	1. Comissió continguts tanca el llançat 2. Comissió disseny tanca el disseny 3. Comissió comunicació duu a terme la campanya	1. 13 de desembre de 2022 2. 14 de març 2023 3. Campanya: maig 2023
		Millorar el fluxe de treball	Adaptar el funcionament de la revista a la nova periodicitat mensual Elaborar i implementar un pla de funcionament del tancament on estiguin designades: persones responsables, accions, dinàmiques i calendarització de la revista	Àrea productiva	Incrementar la informació sobre continguts futurs a sis mesos (reportatge d'obertura) i dos mesos (la resta)	1. Redacció del nou pla d'organització 2. Comunicació a totes les àrees implicades 3. Implementació	1. Gener 2. Març 3. Maig

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
INNOVACIÓ	3. Ampliar el públic objectiu de la Directa a través de l'ús de les xarxes socials	Adaptar els missatges comunicatius en funció de les potencialitats de les diferents xarxes	Generar continguts específics segmentats per xarxes, que es diferenciïn del contingut del que publiquem al web i al paper	Àrea productiva > Community Manager	No passar mai de 3.000 caràcters per pàgina. Encarregar fotos i il·lustracions a dos mesos vista	0. Anàlisi extern de xarxes socials 1. Revisió de l'informe extern 2. Definició de l'estratègia de xarxes 3. Aplicació de l'estratègia	0. Desembre 2022 1, 2 i 3. Gener - març 2023
		Augmentar la conversió de seguidors a les xarxes a subscriptores i lectors	Elaborar una nova estratègia comunicativa per al nou mensual	Community Manager	Augment d'un 10% de les visites a les pàgines del paper provinents de les xarxes (Instagram i Telegram) des de que s'aplica l'estratègia, i mantenir els resultats de Twitter i Facebook	1. Analitzar les propostes de millora de l'anàlisi extern de xarxes 2. Elaborar una estratègia 3. Aplicar l'estratègia 4. Revisar l'estratègia i fer esmenes, si escau	1. Febrer 2023 2. Febrer - març 2023 3. Abril - juliol 2023 4. Setembre 2023
		Fer que més públic jove tinga la Directa com a mitjà de referència	Reformular el llenguatge que la Directa fa servir a les xarxes socials	Community Manager	Aconseguir un increment del 8% global de les interaccions en les xarxes socials. Per exemple, en: - comparticions - mencions - engagement - seguidors	1. Contactar amb expertes en nous llenguatges a Internet (p.e., Proyecto Una) 2. Reunir-se amb expertes en nous llenguatges digitals 3. Pensar nous formats de difusió dels continguts web 4. Pensar nous formats de difusió dels continguts paper (nou mensual) 5. Emprar nous llenguatges en la difusió	1. Gener 2023 2. Gener - febrer 2023 3. Febrer - març 2023 4. Gener - març 2023 5. Desembre 2022 i durant tot l'any
	4. Millorar l'experiència de les usuàries del web	Augmentar el temps de lectura i la navegació en diverses pàgines de la web	Començar procés d'anàlisi i redisseny web responsive	Community Manager / Àrea productiva / Central	Canvi del disseny del web	1. Enquesta a subscriptores-usuàries web 2. Anàlisi i comparació del estat actual i bones pràctiques d'altres mitjans 3. Desenvolupar proposta gràfica amb Talaies i estimació despeses 4. Plantejament pressupostari per l'implantació al 2024	1. Primer trimestre 2023 2. Segon trimestre 2023 3. Segon trimestre 2023 4. Últim trimestre 2023
	5. Aconseguir que els continguts periodístics arribin a un públic més ampli	Fomentar la diversitat cultural i d'origens al col·lectiu així com la mirada interseccional als continguts	Elaborar un document de diagnosi Diversificar els perfils de les col·laboracions	Comissió liderada per David Bou	Elaboració d'un document de diagnosi	1. Cercar acompanyament extern: Contactar amb MigrEES 2. Dur a terme sessions de diagnosi per fer un DAFO 3. Elaborar un document de diagnosi intern 4. Presentar-lo a l'equip de treballadores per proposar accions per 2024	1. Febrer 2. Juny 3. Octubre 4. Novembre

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
SOSTENIBILITAT	6. Garantir el benestar humà de la Directa	Garantir el benestar de les treballadores de la cooperativa	Elaborar codi de conducta	Àrea de persones > Coordinació equip de treball > Codi de conducta	1. Aprovació i aplicació del document 2. Definició de mecanisme d'aplicació	1. Recuperar el que s'ha fet 2. Completar el document 3. Aprovar-lo	1. Primer trimestre 2. Segon i tercer trimestre 3. Quart trimestre
			Elaborar un pla per a la resolució de conflictes	Àrea de persones > Coordinació equip de treball > Gestió de conflictes	1. Aprovació i aplicació del document 2. Definició de mecanisme d'aplicació	1. Aprovació i aplicació del document 2. Definició de mecanisme d'aplicació	Primer trimestre
			Elaborar un pla per assolir un salari digne assignat i tancar el debat de diferències salarials	Àrea de persones > Gestoria	Començar a progressar cap a l'objectiu de cobrar 1.800 € bruts mensuals en sis anys	1. Incloure la partida pressupostària del 2023 2. Planificar anys següents	Febrer de 2023
			Donar forma legal al Règim intern	Àrea de persones > Seguiment del Regim Intern	Aprovació del Règim Intern a l'Assemblea General Ordinària	1. Primer Esborrany RRI presentat a Treballadores 2. Presentació RRI a AG 3. Recollida noves propostes i aplicacions 4. Aprovació RRI AG	1. Gener 2022 Febrer 2023 Març-Maig 2024 Juny 2022
		Garantir la regularitat i qualitat de les col·laboracions	Definir el model organitzatiu del nou paper mensual	Àrea persones > responsables de col·laboradores/ Àrea productiva > Edició Paper	Aprovació i aplicació de les propostes	Presentar una proposta de reorganització de la part militant per fer-la més sostenible en relació amb un pressupost Presentar un calendari d'implementació	Octubre de 2023
		Millorar la comunicació interna entre els diferents òrgans i grups de la Directa	Aterrar una estructura genèrica de tota la Directa, on es defineixin rols, espais de decisió i participació, espais informals i definir quines treballadores son les referents de quines col·laboradores	Àrea de comunicació i comercial > Comunicació interna i àrea de persones > Responsables de col·laboradores	Tenir document de pla de comunicació interna i tenir un organigrama genèric consensuat o consentit per treballadores i col·laboradores	1. Establir un mètode de funcionament dins l'equip de treball 2. tenir la base de dades actualitzada 3. Aprovar l'estructura genèrica	1 - 3. Gener
			Establir eines informàtiques pràctiques per afer arribar les informacions als diferents actors i rols de la Directa	Àrea comunicació > Comunicació interna / Àrea central > informàtica	Utilitzar noves eines de correu electrònic i butlletí i tenir una base de dades entenedora i útil per a tothom	1. Refer les llistes de correu i els butlletins, els noms, els objectius i l'assiduitat 2. Implementar els canvis 3. Valoració i canvis 4. Implementar els canvis	1. Gener 2. Febrer 3. Abril 4. Maig

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
SOSTENIBILITAT	6. Garantir el benestar humà de la Directa	Millorar la comunicació interna entre els diferents òrgans i grups de la Directa	Donar l'opció de tenir una subscripció web gratuïta a totes les col·laboradores, perquè puguin accedir al contingut en tancat i accés a les promocions i descomptes	Àrea comunicació > Comunicació interna / Àrea central > informàtica	Mínim de 30 col·laboradores que es subscriguin a l'opció de col·laboradores	1. Obrir opció membership i producte per a col·laboradores 2. Difondre l'opció de la subscripció gratuïta 3. Revisar qui s'ho ha fet i valorar com ha funcionat 4. Pensar en millores o continuïtat	1. Gener 2. Febrer 3. Juliol i octubre 4. Octubre
		Enfortir la base social de la cooperativa	Replantegar el model de sòcia col·laboradora i els espais de participació i decisió de la cooperativa	Àrea de persones > Intercooperació > Consell Social	Participació de mínim 10 sòcies col·laboradores a les assemblees generals	1. Establir on es troben les mancances i les oportunitats de canvi en l'estructura formal de la cooperativa a nivell de participació interna 2. redactar les porpostes de canvi 3. Enviar-ho a col·laboradores i treballadores per fer un retorn, millores i esmenes 4. Portar-ho a Consell Rector per aplicar els canvis corresponents 5. Establir objectius i pla de treball a curt, mitjà i llarg termini	1. Gener - Març 2. Abril - maig 3. juny - juliol 4. Setembre - octubre
		Avaluar i reequilibrar les càrregues i les relacions entre els rols de l'equip de treball amb perspectiva feminista	Dur a terme un procés de detecció de les necessitats de l'equip de treball amb l'objectiu d'aterrar les característiques específiques d'un procés facilitador extern professional per tal d'abordar-les. Destinar una part del pressupost a aquesta facilitació	Àrea de persones > Coordinació equip de treball	Fer un procés de facilitació extern en funció de les necessitats detectades	1. Avaluar les debilitats específiques de l'equip per tal d'orientar el tipus de procés facilitador que volem fer. 2. Aprovar el procés i encarregar-lo. 3. Culminar el procés facilitador.	1. Març 2. Juny 3. Desembre

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
SOSTENIBILITAT	7. Garantir el benestar econòmic de la cooperativa	Millorar opcions de venda dels suplementos ampliant formats i periodicitat	Oferir format petit com a eix diferenciador de la Directa	Àrea comercial i comunicació > Àrea comercial / Àrea productiva > Coordinació d'art i edició i Correcció de continguts	Que tots els suplementos a partir de març de 2023 tinguin aquest format	1. Incorporar a dossier 2023 amb indicacions de disseny 2. Incorporar a venda comercial suplementos	Gener 2023
			Oferir suplementos digitals (pdf / suplement webdoc) per arribar aquelles entitats que per ingressos no poden assumir la impressió del suplement o bé a aquelles entitats que tenen un públic natiu digital		Aconseguir realitzar dos webdocs abans de finalitzar l'any 2023. Aconseguir vendre dos suplementos en pdf sempre i quan sigui l'opció per evitar que marxi un client que no pot pagar un suplement paper	1. Incorporar a dossier 2023 amb indicacions de disseny 2. Enviar correu informatiu amb novetats suplementos a entitats afins i BdD	Gener 2023
			Monogràfics per a (amb) entitats: es diferenciaren dels suplementos ja que no aniran encartats a la Directa ni condicionats amb la data de publicació d'aquesta (vinculats amb marca Directa)		Aconseguir fer 3 monogràfics durant l'any 2023	1. Incorporar a dossier 2023 amb indicacions de disseny 2. Enviar correu informatiu amb novetats suplementos a entitats afins i BdD	Gener 2023
		Ampliar cartera de productes per oferir a clientela objectiva de la Directa (serveis externs)	Redacció i disseny del dossier de serveis externs on es detallaran la cartera de productes que ofereix la Directa amb el seu corresponent tarifari	Àrea comercial i comunicació > àrea comercial	Fer arribar dossier serveis externs a les entitats i bdd durant gener de 2023 repetint l'acció de manera trimestral fent cerca de nova possible clientela al març de 2023 i al juny de 2023	1. Crear dossier 2023 amb indicacions de disseny 2. Revisar amb el Jordi i l'Estel. la entitats que poden estar interessades 3. Enviar correu informatiu a aquestes entitats amb dossier	Febrer 2023
			Estudiar la viabilitat tant econòmica com humana d'implementar serveis/ productes com: Tallers de periodisme de "transformació social" a les aules. Oferir serveis de disseny: programacions, tríptics, cartells, etc. Cobertura audiovisual: documentals, teasers, etc Serveis de correcció llenguatge inclusiu	Àrea comercial i comunicació > àrea comercial	Aconseguir realitzar 3 dels nous productes que oferirem com a servei extern durant desembre de 2023		

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
SOSTENIBILITAT	7. Garantir el benestar econòmic de la cooperativa	Incrementar subscripcions	Campanya Nou Paper	Àrea de comunicació i comercial	Aconseguir 20 noves subscripcions paper	1. Decidir objectius // 2. Planificar campanya // 3. Executar campanya // 4. Aniversari // 5. Valoració	1. Gener // 2. Gener // 3. Febrer- Abril // 4. Maig // 5. Maig
			Campanya hivern 23-24		Aconseguir 50 noves subscripcions	1. Decidir objectius // 2. Planificar campanya // 3. Preparació de la campanya // 4. Executar campanya // 5. Valoració	1. Juliol // 2. Juliol // 3. setembre - novembre // 4. Novembre - gener // 5. Gener 24
			Campanya País Valencià		Aconseguir 10 noves subscripcions	1. Decidir objectius // 2. Planificar campanya // 3. Preparació de la campanya // 4. Executar campanya // 5. Valoració	1. Maig // 2. Maig // 3. Juny - setembre // 4. octubre // 5. Octubre
			La Directa a l'Aula: elaboració d'una proposta per fer arribar el mitjà a les aules		Aconseguir 5 subscripcions d'insituts	1. Decidir objectius // 2. Planificar campanya // 3. Preparació de la campanya // 4. Executar campanya // 5. Valoració	1. Abril // 2. Abril // 3. Maig // 4. Juny - Juliol - setembre // 5. Octubre
			Campanya flexible 1: al voltant d'un tema estratègic		Aconseguir 15 subscripcions noves	1. Decidir objectius // 2. Planificar campanya // 3. Preparació de la campanya // 4. Executar campanya // 5. Valoració	Depèn de la planificació de temes
			Campanya flexible 2: al voltant d'un tema estratègic		Aconseguir 15 subscripcions noves	1. Decidir objectius // 2. Planificar campanya // 3. Preparació de la campanya // 4. Executar campanya // 5. Valoració	Depèn de la planificació de temes
			Explorar facilitacions de pagament de la subscripció		Aconseguir 25 subscripcions amb facilitació de pagament	1. Definir qui se'n beneficia 2. Definir inci campanya 3.Preparació del producte web.4.Inici Campanya.5.Valoració	Pendent de decidir quan es comença (post-pressupost)

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
SOSTENIBILITAT	7. Garantir el benestar econòmic de la cooperativa	Fidelitzar subscripcions	Establir mecanismes rutinaris de reconeixement, valoració i benvinguda	Àrea Comunicació i Comercial / Àrea d'Administració	Reduir entre un 5% i un 10% les baixes anuals	1. Establir objectius // 2. Escriure els textos // 3. Executar amb les subscripcions	1. Febrer // 2. Març // 3. Abril - desembre
			Donar facilitats de pagament fraccionat			1. Definir el plaços i quotes 2. Aplicar el producte web	Pendent de decidir quan es comença (post-pressupost)
			Promoció exclusiva per a subscriptores per Sant Jordi			1. Decidir quines llibreries volem contactar // 2. Contactar-hi i proposar el sorteig d'un vale de 20€ // 3. Difondre el sorteig // 4. Fer el sorteig i anunciar-ho	1. Febrer 2023 // 2. Febrer 2023 // 3. Inici abril 2023 // 4. 23 d'abril 2023
			Comunicació específica i promoció exclusiva pel Nou Paper			1. Planificar l'estratègia tant comunicativa com comercial // 2. Difondre-la // 3. Executar-la	1. Febrer 2023 // 2. Març 2023 // 3. Abril-maig 2023
			Promoció País Valencià			1. Planificar l'estratègia tant comunicativa com comercial // 2. Difondre-la // 3. Executar-la	1. Juny // 2. Setembre - octubre // 3. Octubre
			Promoció hivern: Agenda 2024			1. Elaboració dels continguts de l'agenda i portada, incloent alguna novetat // 2. Imprimir // 3. Difondre el producte només per a subscriptores // 4. Fer promoció agenda + subscripció	1. Juliol // 2. Setembre // 3. Octubre - novembre // 3. Novembre - desembre - gener
			Implementar millores al web (contingut i legibilitat)	Àrea Comunicació i comercial > Atenció sòcies i subscriptores / Àrea Central > Informàtica		1. Notificar els canvis a TalaiesKoop // 2. Executar-los // 3. Revisar els canvis // 4. Canviar si hi ha algun error o dificultat	1. Gener // 2. Febrer // 3. Febrer // 4. Març
		Aconseguir mantenir dos suplementos mensuals	Establir de manera mensual contactes amb noves entitats i recuperar contactes d'entitats antigues	Àrea Comercial i Comunicació > Àrea Comercial	Aconseguir 5 noves entitats que no hagin fet anteriorment suplementos	1. Refer dossier suplementos 2023 2. Marcar en calendario de manera mensual cerca de noves entitats, col·lectius, etc que podrien estar interessades en fer suplement	Febrer / Març / Abril / Maig / Juny / Juliol / Setembre 2023
			Incorporar al pressupost dues partides de difusió	Àrea Comercial i Comunicació	Fer arribar dossier suplementos 2023 a les entitats i BBDD durant gener de 2023 repetint l'acció de manera trimestral	1. Determinar amb l'Anna els dos tipus de difusió que podem oferir diferenciant-lo abast i tarifa 2. Afegir a dossier suplement 2023 3. Enviar dossier amb novetats 2023 a entitats afins + BBDD	Gener 2023
			Incrementar tarifes suplementos per gener de 2023	Àrea Comunicació > Àrea comercial	Definir nou tarifari/pressupost durant desembre 2022	1. Revisar i incrementar tarifes 2. Enviar a responsables per donar l'ok 3. Fer pressupostos 2023 en base noves tarifes	Desembre 2022

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
SOSTENIBILITAT	7. Garantir el benestar econòmic de la cooperativa	Augmentar entre un 10 i un 15% els ingressos de publicitat respecte al 2022	Contactar amb universitats públiques i cicles formatius per posar publicitat	Àrea Comunicació i comercial > Àrea Comercial	Aconseguir 3 centres formatius que paguin publicitat web/ paper durant el curs 23 / 24	1. Crear bbdd amb centres formatius amb formacions específiques. 2. Contactar amb els centres formatius via correu electrònic oferint publicitar-se a la Directa	Febrer - març 2023
			Incrementar tarifes formats publicitat		Definir nou tarifari/ pressupost durant desembre 2022	1. Revisar i incrementar tarifes 2. Enviar a BBDD publicitat 3. Proposar increment tarifa a anunciants fixes	Desembre 2022 / Gener 2023
			Plantejar nous formats de publicitat amb el nou paper i explorar noves maneres per incrementar la publicitat al web mantenint els criteris ètics		Definir nou tarifari/ pressupost durant desembre 2022	1. Aconseguir tarifaris competència 2. Fer proposta de nous formats	Abril 2023
			Cercar espais on la Directa es pugui publicitar (ràdios, cinemes, cartelleria, etc), ja sigui a través d'intercanvis o de la tarifa que el suport estableixi		Aconseguir publicitar-se en dos suports que no siguin els nostres mitjans amics a través d'intercanvi publicitari durant 2023	1. Fer cerca de suports afins 2. Consultar pressupost a Jordi (per si podem pagar per publicitar la Directa) 3. Contactar per fer proposta de intercanvi/ col·laboració	Campanya Nou Paper - Abril 2023
		Garantir la partida pressupostària anual de subvencions	Presentar-se a les convocatòries de subvencions de publicació en català (paper i web). Redactar uns projectes base que serveixin per adaptar-los a possibles noves convocatòries, en especial a DDHH de l'Ajuntament de Barcelona i a Impulsem el que fas 2023	Àrea d'Administració i Finances	Obtenció d'un mínim de 35.000€ procedents de subvencions (Aquesta xifra pot variar en funció de com tanquem el pressupost)	1. Informar-se de cada convocatòria 2. Presentar-se a la subvenció 3. Gestionar la resolució	En funció de quan es fan públiques les convocatòries dels projectes

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
INCIDÈNCIA	8. Potenciar la investigació	Crear i consolidar eines pròpies d'investigació	- Buscar eines i establir protocols de comunicació segura - Llistar metodologia de recerca de dades (què cercar i determinar el com i on fer-ho) - Creació d'eines de creuament de dades (sistematitzar les dades per trobar patrons i historial)	Àrea Productiva / Àrea Central	Més eficiència en el desenvolupament de les investigacions	1. Definir protocols i metodologia 2. Sistematització de dades	1. Juny 2. Novembre
		Potenciar noves àrees informatives específiques on investigar	Elaborar reportatges sobre canvi climàtic i consum amb perspectiva crítica sobre les grans marques	Àrea Productiva	Aconseguir vint subscripcions noves la primera setmana de publicació de cada nou A Fons mensual Aparèixer citats a tres mitjans generalistes per cada tema d'investigació/A Fons Aconseguir un premi anual	1. Definir les investigacions d'aquest àmbit 2. Calendaritzar les investigacions	Durant tot l'any
	9. Arribar a nous públics a través del format audiovisual	Emetre dos llargmetratges a les televisions públiques: TV3 i À Punt	-Elaborar dos treballs audiovisuals de mitja-llarga durada: 1.Repressió contra la guerrilla antifranquista al País Valencià 2.Cas de la resistència del bloc Casa Orsola amenaçat per un gran propeitari a Barcelona -Definir un calendari de projeccions dels llargmetratges	Àrea Productiva	Aconseguir un 10% d'audiència Incrementar en un 5% les visites al web la setmana de publicació i la següent Aconseguir 1.000 visites a la publicació de Youtube durant la setmana de publicació	1. Elaborar els documentals 2. Contactar amb les televisions públiques i tancar acord 3. Emetre dels documentals 4. Projectar-los arreu dels Països Catalans en espais culturals 5. Cercar finançament extern per al documental del País Valencià i elaborar un document amb el retorn econòmic del documental	1. 2022-2023 2. Setembre-juny 3. En funció del calendari de la televisió, possiblement el 2024 4.Finals 2023 i durant 2024
		Publicar un llargmetratge documental	Elaborar un documental sobre el negoci de la mort i la invisibilització dels processos de dol	Àrea Productiva	Fer tres presentacions del documental Aconseguir més de mil visites al canal de Youtube de la Directa des de la seva publicació	1. Gravació, edició i postproducció 2. Difusió i actes d'estrena 3. Presentació del documental a premis i festivals 4. Publicació del documental al web i canals de la Directa	1. Gener - juny 2. Octubre - novembre 3. 2024

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
INCIDÈNCIA	10. Reforçar la diversitat territorial periodística	Expandir la Directa al País Valencià i a Catalunya Nord	-Concertar una reunió amb persones de Catalunya Nord interessades a col·laborar -Elaborar un reportatge en profunditat anual específicament sobre Catalunya Nord -Calendaritzar entrevistes de figures de Catalunya Nord -Incorporar veus d'opinadores de Catalunya Nord i el País Valencià -Elaborar dos reportatges en profunditat anual específicament sobre País Valencià dels eixos estratègics de territori, extrema dreta o habitatge	Àrea Productiva / Àrea Comercial i Comunicació	Aconseguir un mínim de 3 subscripcions de Catalunya Nord i 7 subscripcions del País Valencià (amb els reportatges d'investigació) .Aconseguir incrementar un 10% les visites al web des del País Valencià i Catalunya Nord	1. Decidir els temes periodístics a tractar i els calendaritza 2. Pensar una campanya de difusió per xarxes dels temes d'investigació 3. Contactar amb influencers, periodistes i mitjans locals per tenir més difusió de les investigacions 4. Buscar perfils de Catalunya Nord interessants per col·laborar, contactar amb ells i fixar una data de reunió	1-2-3. Durant tot l'any 4. Primer trimestre de 2023
		Elaborar articles i reportatges sobre les realitats rurals	-Seleccionar temes estratègics de Terres de l'Ebre i Pla de Lleida, Baix Segura i Vinalopó -Incorporar més opinadores amb perspectiva rural -Teixir aliances amb revistes específiques que tracten realitats rurals	Àrea Productiva	Garantir un reportatge d'obertura web de cadascun d'aquests territoris i que un dels quals protagonitzi l'obertura d'una secció del paper	1. Decidir el temes d'interès 2.Elaborar i publicar els reportatges 3.Fer alguna presentació/debat sobre un dels temes al territori protagonista	1. Primer trimestre 2023 2-3. Durant tot l'any
		Teixir aliances amb altres mitjans en l'àmbit internacional	Actualitzar el llistat de mitjans amb els quals col·laborem en l'àmbit internacional i reforçar la publicació de temes de territoris on no podem arribar d'altra manera	Àrea Productiva	Publicar d'un tema setmanal al web replicat de mitjans internacionals	1. Identificació dels mitjans 2.Cerca de nous 3.Signatura de conveni 4.Implementació dels nous acords	1.Gener 2.Febrer-Març 3.Març-Abril 4.Maig

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
INCIDÈNCIA	11. Generar Marca Directa	Millorar la difusió dels continguts publicats al paper i dels reportatges estratègics	Establir una rutina de difusió direccionada al públic que volem. (correus electrònics, enviaments especials, exemplars gratuïts, xarxes socials i mitjans de comunicació)	Àrea Comunicació i Comercial > Marca Directa	Tenir una base de dades completa i un document de segument d'estratègia feta	1. Anar actualitzant la base de dades de temes estratègics, dels planificats i de cada reportatge a fons // 2. fer una plantilla tipus de difusió on s'estableixi una estratègia de difusió tenint en compte canals i dates // 3. Executar-ho per cada tema (sobretot del paper)	Durant l'any
		Generar debat i reflexió al voltant de temes complexos ja siguin de temes publicats per la Directa o de temes que tinguin relació amb l'àmbit d'actuació	Debat / xerrada / acte sobre un tema estratègic		25-30 persones de públic	Planificar	Febrer - març 2023
			Debat / xerrada / acte sobre un tema estratègic		25-30 persones de públic	Organitzar	Maig - juny 2023
			Debat / xerrada / acte sobre un tema estratègic		20-25 persones de públic	Executar	Setembre - octubre 2023
			Debats FESC. Debats autocrítics al voltant de l'estructura, els valors i les imperfeccions del mon de l'ESS		25-30 persones de públic	Valorar	Octubre 2023
		Augmentar la visibilitat de la Directa	Estar presents en diferents fires estratègiques arreu del territori	Àrea Comunicació i Comercial > Àrea Comercial	Que s'apropin 10 persones mínim a preguntar sobre el projecte o sobre el producte	1. Planificar publicació de temes al paper amb les fires del PV 2. Planificar fires a Catalunya, Catalunya Nord o Illes 3. Assistir a la fira Alternativa de València 4. Assistir a la Fira Anarquista o Feminista d'Alacant 5. Assistir a la FESS Rural 6. Fira d'ESS de Castelló	1. Gener 2. Març 3. Juny 4. juliol 5. Agost 6. Octubre

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
INCIDÈNCIA	11. Generar Marca Directa	Augmentar la visibilitat de la Directa	Celebrar l'aniversari Directa	Àrea comercial i comunicació	Assistència d'unes 400 persones	1. Planificar la programació amb les de l'Ateneu Nou Barris 2. Difusió de l'aniversari dins de la campanya 3. Celebració de l'aniversari 4. Valoració	1. Gener - febrer 2. Març - abril 3. 6 de maig 4. Maig"
			Participar en altres mitjans	Àrea comunicació i comercial > Marca Directa / Àrea productiva	Amb cada reportatge d'obertura de la revista, aconseguir un mínim d'una intervenció a mitjans generalistes en qualitat d'expertes en el tema	1. Elaborar llistat dec ontactes amb programes generalistes i temàtics 2. Contactar-hi abans o el mateix dia de la publicació del reportatge	Durant tot l'any
			Millorar usabilitat de la botiga en línia	Àrea comercial i comunicació > àrea comercial	Incrementar un 5% les vendes de productes de la Directa de la botiga en línia respecte l'any anterior	1. Consultar i organitzar amb el Víctor la botiga en línia 2. Fer inventari inicial (i fer seguiment mensual d'aquest) 3. Revisar preus 4. Comunicar que tenim botiga (recordatori)	Febrer - març 2023
			Organitzar una jornada en el marc de la campanya del País Valencià	Àrea comunicació i comercial > Marca Directa	Assistència d'un mínim de 30 persones	1. Establir objectius 2. Organitzar el contingut de l'acte 3. Organitzar la part logística (Espai, dies, hores, pressupost i manera d'inscriure's) 4. Difusió 5. Executar l'acte 6. Valoració	1. Febrer 2. Març - maig 3. Març - maig 4. Juliol - setembre 5. Octubre 6. Novembre

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
INCIDÈNCIA	12. Enfortir la intercooperació i les aliances amb l'entorn proper	Esdevenir un mitjà referent entre els col·lectius i moviments socials del País Valencià	Establir una comunicació estratègica amb els moviments socials i entitats del País Valencià sobre els continguts publicats i sobre la Directa	Àrea de persones > intercooperació / Àrea de comunicació i comercial > Marca Directa	Rebre porpostes de temes de com a mínim 5 col·lectius diferents a l'any	1. Completar la base de dades per temàtica i territori 2. Fer un enviament periòdic de continguts publicats del PV i PPCC a la base de dades i amb la manera per contactar-nos 3. Establir tres reunions a l'any amb tres col·lectius estratègics 4. Valoració	1. Gener 2. Març, juliol i novembre 3. Febrer, abril i juny 4. Novembre
		Intercooperar amb l'entorn proper de les redaccions de Barcelona i València	Participar dels debats sobre l'estratègia política i comunicativa de la Comunal	Àrea central > Relació amb la Comunal / Àrea comunicació i comercial > Marca Directa	Assistir a les reunions d'assemblea general i de la comissió de comunicació	1. Decidir qui assisteix a les reunions generals de la Comunal 2. portar els debats de la Comunal a treballadores 3. representar la Directa en les reunions generals de la Comunal 4. Participar de les reunions i tasques derivades de la comissió de comunicació	1. Gener 2. Tot l'any 3. Tot l'any 4. Tot l'any
			Organitzar actes a l'Espai Comú amb les entitats que en formen part	Àrea comunicació i comercial > Marca Directa	Organitzar un acte a l'any a l'Espai Comú amb una de les entitats que en formen part	1. Planificar quin acte volem organitzar, quan i amb quin objectiu 2. Preparar la logística 3. difusió 4. celebració de l'acte 5. Valoració	1. Març 2. Abril 3. Maig 4. Juny 5. Juny
		Ser presents de forma visible en l'entorn de l'ESS	Estudiar la participació de la Directa en la XES	Àrea de persones > Intercooperació / Consell Social	Tenir un punt al pla de comunicació sobre la nostra relació proactiva amb la XES	1. Definir objectius polítics 2. Valorar capacitats pròpies i volum de feina 3. Redactar una proposta 4. Debatir-la amb la resta de treballadores 5. Fer la proposta a la XES 6. Establir el punt al pla de comunicació 7. Planificar-ne l'execució	1. Abril 2. Abril 3. Juny 4. Juny 5. Juliol 6. Setembre
			Formar part de Tornallom		Aparèxier al mapa de Tornallom	1. Contactar-hi i establir una reunió 3. Valorar objectius i forces per tenir un rol més proactiu 4. Afegir el contacte de Tornallom i totes les entitats que en formen a la nostra base de dades	1. Febrer i març 3. Juny 4. Març - octubre
			Estar en contacte amb REAS i amb Tanda (projecte d'ateneu cooperatiu al País Valencià)		Rebre les comunicacions de REAS i Tanda	1. Contactar-los 2. Valorar participar en activitats de la REAS del País Valencià 3. Definir la relació que hi volem tenir 4. Incorporar-ho al pla de comunicació	1. Febrer 2. Juny 3. Setembre - octubre 4. Novembre

1. Presentació del Pla de treball

Línia estratègica	Objectiu general	Objectius específics	Accions	Responsable	Indicador	Fites (passos concrets)	Temporització
INCIDÈNCIA	12. Enfortir la intercooperació i les aliances amb l'entorn proper	Enfortir les aliances amb els mitjans amics	Fer una proposta formativa o un acte conjunt a l'any amb un dels mitjans amics	Àrea de comunicació i comercial	Mínim d'un projecte conjunt amb un dels mitjans amics	1. Valorar les accions del 2022 a nivell qualitatiu i quantitatiu 2. Establir nous objectius a fer amb els mitjans amics 3. Planificar quina proposta conjunta respon als objectius i capacitats 4. Organitzar la part logística i de continguts 5. Executar l'acte 6. Valoració	1. Gener 2. Gener 3. Maig 4. Juny - setembre 5. Octubre- novembre 6. Desembre
			Millorar la seva visibilitat al nostre web i ser-ho més en el seu web		Poder veure amb una sola ullada qui son els mitjans amics de la Directa	1. Recopilar els logos i els enllaços dels webs 2. Reestructurar les pàgines fixes del web 3. incorporar els logos en una de les pàgines fixes 4. Demanar i revisar que el logo de la Directa també sigui visible en la resta de pàgines web 5. Seguiment d'entrades a través d'aquestes webs	1. Maig 2. Juny 3. Juny 4. Juliol 5. Setembre

4. Presentació del pressupost 2023

	Pressupost 2023/1
Subscripcions 6%	260.000,00
Nous Subscrip	21.770,00
Publicitat	25.000,00
Vendes	5.500,00
Edicions especials	35.000,00
Ingressos ordinaris	347.270,00
Donacions	7.500,00
Serveis externs	46.000,00
Ingressos Extraordinaris	500,00
Ingressos Festa Aniversari	800,00
Altres Subvencions	5.000,00
Subvencions Català	35.000,00
Altres ingressos	94.800,00
INGRESSOS TOTALS	442.070,00
Impressions ordinàries	32.645,36
Impressions edicions especials	50.000,00
Distribució	37.500,00
Despeses directes	120.145,36
Bestretes laborals+ Seg.Soc	260.208,00
Altres Despeses Laborals	3.300,00
Serveis professionals	10.000,00
Lloguer i subministraments	17.880,00
Gestoria	3.000,00
Material oficina i fungibles	2.000,00
Amortitzacions	1.500,00
Telecomunicacions	500,00
Manteniment informàtic	8.000,00
Dietes i transports	3.150,00
Despeses indirectes	309.538,00
Difusió i promoció	8.390,00
Assessorament legal	1.000,00
Quotes	1.000,00
Taxes i tributs	1.000,00
Comissions bancàries	1.000,00
Altres despeses	12.390,00
Despeses Extraordinàries	0,00
DESPESES TOTALS	442.073,36
RESULTAT (Ingressos-Despeses)	-3,36
RESULTAT	

Ingressos:

La previsió de subscripcions queda força similar a la de 2022.

Hem tingut un debat sobre què fer amb el preu de la subscripció a partir de publicar la revista mensual el mes de maig. Finalment, hem decidit que a les actuals subscriptores se'ls mantindrà el preu fins a la renovació i l'increment només s'aplicarà a les subscripcions noves.

Preu del mensual per a noves subscriptores:

90 euros paper-web

60 subscripció web

180 solidària

Publicitat: Tot i que la *Directa* sortirà un cop al mes, tindrà més pàgines i, per tant, es compensa. L'acord amb l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC) és positiu.

Edicions especials: El fet que passi a ser mensual redueix el nombre de revistes per encartar suplement. Proposem que pugui anar més d'un suplement a cada *Directa* i potenciar altres formats.

Donacions: Inicialment, la partida estava pressupostada en 5.500. Ara com ara ja hem arribat a aquesta xifra a través dels reportatges dels policies infiltrats.

Subvencions: La subvenció per publicar en català és automàtica i equival a 35.000 euros. Estem pendents de fer els tràmits per demanar-la al País Valencià.

Recordar que la *Directa* ha establert que el 70% dels ingressos han de provindre de recursos propis. Per tant, amb els números actuals, la *Directa* es podria presentar a més subvencions perquè encara té marge percentual. De moment, a banda de la subvenció per a publicació en català, es compromet a presentar-se a dues subvencions més per un valor total de 5.000 euros.

Despeses:

Impressió i distribució: Tot i que passem a ser mensual, no hi ha cap estalvi perquè la publicació pesarà més i perquè el preu del paper i de l'enviament ha incrementat.

Sous i salaris: Des del 2021 el salari no ha augmentat i en el pressupost no està plantejat un augment salarial. En tant que hi ha molta inflació estem perdent poder adquisitiu com a treballadores.

Està contemplat, amb acord del Consell Rector, poder fer algun tipus de remuneració a final d'any si se superen les perspectives d'ingressos. Considerem que és una opció prudent tenint en compte que fem un canvi a mensual que també suposa un risc.

Preguntes:

Sara Borrellà: Lamenta que no s'apugi el salari d'acord amb l'IPC. Tenint en compte que hi ha marge per incrementar les subvencions per poder cobrir aquesta despesa salarial, caldria aprofitar-ho. Proposa estudiar la via de la subvenció de la Generalitat de Catalunya, Singulars.

Jordi Vilaró: Ens agradaria que el nou paper tingui molt èxit i incrementem les subscripcions i fidelitzem, com a via de generar més ingressos.

Ateneu L'Harmonia: Com incrementem les subscripcions i com recuperem la gent que es dona de baixa?

Jordi Vilaró: El 2022 hem tingut 502 noves subscripcions i 250 baixes. La tendència, per tant, sempre és a l'alça. Alhora, les baixes són difícils de quantificar perquè hi ha gent que retorna el rebut, però no es tracta d'una baixa. Al Pla de Treball hem definit set accions de fidelització, com la subscripció bonificada, una subscripció més econòmica per a gent més precària o el pagament a terminis.

Vots a favor: 25

- Treballadores: 9
- Col·laboradores: 7
- Consum: 9

Vots en contra: 0

Abstencions: 0

Queda aprovat per unanimitat

5. Renovació de càrrecs

-Intervenció de comptes: la sòcia col·laboradora Sònia Calvó va demanar un relleu.

Es va obrir una convocatòria i es va presentar el soci col·laborador Ignasi Franch.

Ignasi Franch és soci col·laborador de la Directa. Fins al 2016 va desenvolupar la tasca d'editor del paper del quinzenal de la Directa, a més de ser un col·laborador habitual de la secció d'“Expressions”, on acostuma a publicar temes relacionats amb el cinema. Des del 2016 s'ha mantingut vinculat al projecte a través de la coordinació de suplementos, especialment els que editem conjuntament amb la Mostra de CineBaix. Més enllà de la 'Directa', des del 2020 és president de l'Associació Catalana de la Crítica i l'Escriptura Cinematogràfica.

Vots a favor: 25

- Treballadores: 9
- Col·laboradores: 7
- Consum: 9

Vots en contra: 0

Abstencions: 0

Queda aprovat per unanimitat

-Consell social: la sòcia col·laboradora Paula Rodríguez va demanar un relleu. La proposta és que la sòcia col·laboradora Sara Borrellà que ja hi està participant de forma informal la substitueixi.

Sara Borrellà va estudiar Comunicació Audiovisual a la Universidad Complutense de Madrid i la Escuela Internacional de Cine y Televisión de Cuba. És col·laboradora de la Directa i sòcia de treball de la cooperativa Colectiv i treballa com a responsable de comunicació de projectes de temàtica cultural, social i tecnològica amb una visió feminista, intercultural i interseccional.

Vots a favor: 24

- Treballadores: 9
- Col·laboradores: 7
- Consum: 8

Vots en contra: 0

Abstencions: 1

Queda aprovat per unanimitat