

DIGITALIZACIÓN DE PYMES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA



DIGITALIZACIÓN DE PYMES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

REAS Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria -en adelante, REAS Red de Redes es una red confederal constituida en 1995, compuesta por 15 redes territoriales y 4 sectoriales que aglutinan a casi 865 entidades y empresas, con la participación de **220.403 personas (24.888 contratadas y 235.515 voluntarias/socias)**. y con unos ingresos anuales de más de **900 millones de euros**. Jurídicamente es una asociación de carácter no lucrativo, sin filiación partidista o religiosa alguna que lleva 25 años de andadura.

El comercio digital ha vivido un crecimiento incuestionable en los tiempos de la COVID-19. Las cifras de las empresas en general son preocupantes: tan solo un 19% de las empresas españolas están digitalizadas, porcentaje mucho menor si tenemos en cuenta al sector de la economía social. Según el CIRIEC **“el sector de la Economía Social, tiene un nivel más bajo de digitalización que el de las empresas en general, y que siendo un sector importante en nuestra economía necesita una atención especial en esta línea”**. Asimismo, el informe realizado por Cajamar para CEPES “La economía social y los negocios online” reconoce que el uso del comercio digital por parte de las empresas de la economía social continúa siendo bastante limitado. En el informe se destaca que es necesario el uso de diferentes sistemas de gestión informatizados, así como la importancia de atender demandas concretas de ayuda y soporte técnico, asegurando que la formación impartida sea periódica, suficiente y actualizada. Ante esta realidad, y ahora más que nunca con la bajada de ingresos debido a la pandemia, las empresas de la economía social se encuentran en la urgente necesidad de abordar su particular transformación y presencia digital, para poder mejorar su competitividad y ofrecer sus bienes y servicios en este nuevo marco sin renunciar a sus principios.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La finalidad de la propuesta es **aumentar la competitividad de las empresas de la economía social y solidaria - en total un conjunto de casi 900 micropymes y pymes - en el Estado español gracias al incremento de sus ventas online y una mejora de su presencia digital, de tal manera que se incremente la escala y granularidad en el conjunto del territorio nacional, para lograr así, alto impacto y economías de escala entre las pymes de la red**. Para ello, la propuesta plantea la digitalización de las pymes que pertenecen a la economía social y solidaria de todo el territorio nacional para su acceso al **mercado electrónico (marketplace) que consolide la oferta agregada de todas las empresas de la**

economía social y solidaria que quieran participar. Se propone desarrollar el perfil digital de las pymes de REAS, tanto a nivel individual como agregado - posicionamiento digital de la economía social en su conjunto - de tal manera que se facilite una interoperabilidad entre las organizaciones de la red.

Se plantea por tanto:

- (0) **Diagnóstico** del estado de digitalización de las pymes de REAS en el territorio nacional.
- (1) **Digitalización de las organizaciones** en base a los resultados de dicho diagnóstico (implementación de CRM, ERP, automatización de procesos, posicionamiento digital, desarrollo de estrategia SEO).
- (2) Desarrollo de una **plataforma online para el *marketplace***. La plataforma contará con una serie de funcionalidades: plataforma atractiva y de uso sencillo, priorización de productos locales para reducir el impacto medioambiental, cálculo de empleos locales generados gracias al uso de la misma, presentación de las entidades participantes con una imagen cuidada y atractiva. Asimismo, se llevará a cabo en el *back end* de la misma el análisis de hábitos de compra, perfiles comerciales de los y las usuarias, análisis de *big data* para un mayor aprovechamiento de las estrategias comerciales.
- (3) **Engranaje con un sistema de distribución cooperativo de productos, el cual contará con un sistema digital de distribución, control de stock, cálculo de ahorro de emisiones de CO2 por reparto local y de proximidad.**
- (4) **Marketing digital para posicionamiento en red** tanto de las empresas, como de los productos como del *marketplace* en general. Estrategia SEO, SEM, posicionamiento online (Google y otros buscadores) tanto de las empresas, como de los productos y del sector.

Además, se reforzarán las capacidades de las empresas interesadas en participar en el mercado electrónico a través de planes de mejora de competitividad digital a través del *marketplace*. La promoción digital y el ***marketplace* se plantea como una iniciativa de cooperación entre empresas de la economía social y solidaria.** El sistema de distribución también tiene un carácter cooperativo al construirse como una red de empresas de distribución que se reparten los tramos de la distribución o las zonas, según el caso. Para la puesta en marcha del *marketplace* **se plantea una primera etapa de diagnóstico y digitalización de cada pyme de la red** (automatización de procesos, sistemas de gestión CRM, ERP, presencia online, control automático de stock, etc), **una segunda fase de piloto con un número reducido de empresas proveedoras para validar las funcionalidades principales de la plataforma y ajustar la operativa entre la plataforma y el sistema de distribución.** En una tercera etapa, se lanzará al público general la versión final de la plataforma online y una cuarta etapa de comunicación online y marketing digital, para el conocimiento del proyecto y el impulso comercial del mismo.

El sistema de distribución aplica criterios de **sostenibilidad social y medioambiental** y se basa en la creación de una **red de centros logísticos, micro hubs y hubs de alimentación, y centros de recogida, gestionados por diferentes empresas o entidades sociales que emplean medios de transporte activo** (peatonal o en bicicleta) para la última milla de distribución. Se incluye la formación de las personas que trabajarán en los centros logísticos y el desarrollo de software que permita enlazar la plataforma de venta online con el software de distribución de las empresas participantes en dicho sistema.

Una de las fases más importantes e interesantes es la preparación de las empresas participantes para la integración del marketplace en su modelo de negocio, que se divide en dos etapas (una por versión de la plataforma). **Se impartirá capacitación para la elaboración de sus respectivos planes de mejora de la competitividad digital, presencia y reputación online, así como para el manejo de la plataforma online.**

IMPACTO DE LA PROPUESTA

Consideramos que el impacto de la digitalización de las empresas, la creación de un marketplace y un sistema de distribución conjunto en el territorio nacional, será altísimo. Por un lado, el grado de digitalización de las pymes dentro de la economía social y solidaria es realmente bajo - a la espera de diagnóstico- , por lo tanto una automatización de procesos, implementación de ERP y aumento de presencia online mediante estrategias de marketing digital aumentará, sin lugar a dudas, la presencia, el crecimiento y ventas. En los escasos estudios que existen al respecto, el CIRIEC afirma que **“el sector de la economía social, tiene un nivel más bajo de digitalización que el de las empresas en general, y que siendo un sector importante en nuestra economía necesita una atención especial en esta línea”**. Por otro lado, y debido a la covid-19 el comercio online y la necesidad de la presencia online se ha vuelto acuciante para el comercio en la actualidad. El incremento de ventas online ha ascendido un 80% respecto del año anterior en el último trimestre de 2020. **La presencia digital por tanto, no es una estrategia puntera para las empresas, sino que se ha convertido necesaria para la supervivencia de las mismas.**

Asimismo, el comercio digital también se ha convertido en una amenaza para el medio ambiente. En nuestro caso, se establecerán contadores de emisiones de CO2 y se lanzarán mensajes tipo “con esta compra has ahorrado xxx kilos de CO2 al ser una compra de proximidad y de reparto en ciclomensajería”.

Estimamos que se podrán generar al menos 1500 puestos de trabajo distribuidos en las siguientes categorías:

- En la fase de diagnóstico: expertos/as en posicionamiento online, formadores/as para las empresas en lo digital, consultorías digitales.
- En la fase de digitalización de las empresas: desarrolladores/as, diseñadores/as web, web masters, especialistas en marketing digital, especialistas en ERP y automatización de pymes.
- En la fase de desarrollo del *marketplace* (front y back): desarrolladores/as front-end y back-end, diseñadores/as web, web masters, especialistas en marketing digital.
- En la creación del sistema de distribución: personas en centros logísticos - se ha establecido la prioridad de trabajar con empresas de inserción en la medida de lo posible para la empleabilidad de personas con discapacidad - , ciclomensajeros/as.

Asimismo se asume que incrementará el nivel de productividad (gracias a la implementación de ERP) así como la venta digital de productos y servicios. Por lo tanto, esperamos el incremento de al menos 800 puestos de trabajo en un plazo de 2 a 5 años.

PRINCIPIOS DE LA PROPUESTA

La propuesta que planteamos se basa en cinco pilares fundamentales:

1. La **intercooperación** entre las empresas que conforman la red: este proyecto lo conforman 15 redes territoriales y 4 sectoriales que aglutinan a más de 800 entidades y empresas, por lo tanto, hay que invertir esfuerzos para asegurarnos de que la comunicación entre todas sea eficiente, para tener el plan de viabilidad, para cumplir la normativa del RGDP o para alcanzar economías de escala que hagan el sistema lo más eficiente posible.

2. El **desarrollo tecnológico**: en Cataluña ya han iniciado una prueba piloto. En el mismo se han planteado ampliar una serie de funcionalidades: añadir la contratación de servicios, resolver las incidencias de manera más eficiente, integrar los pagos a las entidades proveedoras, facilitar la facturación, vincularlo al CRM interoperables de las distintas redes territoriales o habilitar los donativos a través de otras plataformas, como por ejemplo, Goteo, una plataforma de crowdfunding.

3. La **acción comercial**: Consideramos que la acción comercial es fundamental para el desarrollo de esta plataforma. Nuestras pymes y micropymes son en ocasiones muy pequeñas y están altamente especializadas en su nicho, lo que hace difícil que lleguen a abarcar todos los elementos necesarios. El posicionamiento digital, la identidad digital y el uso de herramientas de marketing, es fundamental. Se plantea una estrategia de espiral: el marketplace dará visibilidad a las pymes que participan, a la vez que las pymes que participan darán visibilidad al marketplace.

4. La **logística**: El marketplace también está conectado a un sistema tecnológico de distribución, que se llevará a cabo con empresas de inserción y distribución de última milla. Es necesario conectar el marketplace con los sistemas de los distribuidores. Trabajaremos con logística verde para reducir el impacto de las emisiones.

5. La **comunicación**: El posicionamiento digital y la comunicación digital (redes sociales, vídeos, banners, SEO y SEM) es uno de los elementos fundamentales de la propuesta. Las pymes con las que contamos tienen, en términos generales, webs deficientes, ausencia de sistemas ERP y CRM, por no hablar de posicionamiento web desarrollado. Asimismo, en breve cambiarán los criterios de Google para el posicionamiento. Incluirá criterios de ranking (CWV) relacionados con la rapidez de carga de las páginas web. Todo esto es necesario tenerlo en cuenta para el posicionamiento web. Desde marzo de 2021 Google está empezando a indexar la parte mobile, ya que la mayor parte del tráfico funciona por móvil. Esto se tendrá en cuenta también para la plataforma de e-commerce.