



## Proyecto

**Digitalización de establecimientos del comercio minorista  
y del sector hostelería del Municipio de Madrid**

**La Confederación Intersectorial de Autónomos del Estado Español (CIAE)**, entidad sin ánimo de lucro, nace en 1992 como una organización de autónomos de ámbito multisectorial, asociaciones y estructuras en el ámbito de Madrid.

Su razón de ser es contribuir a elevar la calidad de vida de los autónomos y pequeños empresarios, en el más amplio sentido de la expresión.

**La Confederación Intersectorial de Autónomos del Estado Español (CIAE), participa en el desarrollo de acciones de digitalización del pequeño comercio minorista y de la hostelería, sectores que cuentan con una amplia presencia del trabajo autónomo, para con ello alcanzar una mejora de la eficiencia de la empresa, favoreciendo la competitividad.**

La digitalización favorece la satisfacción de los clientes, mejora la imagen de la empresa y contribuye a la expansión y crecimiento de esta, además de simplificar los procesos de gestión.

La comunicación digital se ha convertido en vital, tanto para usuarios como para las empresas, adquiriendo un carácter estratégico, tanto para el pequeño comercio como para el sector de hostelería.

Los usuarios han encontrado el modo de estar conectados en todo momento con el mundo, ya sea para comunicarse con amigos o familiares, estar al día de las últimas noticias y sucesos, comprar online o compartir sus momentos con el resto del mundo.

Las empresas que han abierto canales de comunicación y acceso a sus productos/ servicios, gracias a la compra online han generado más volumen de ventas y mayor notoriedad de marca, así como comunicar a los usuarios cualquier suceso es ahora más fácil e instantáneo.

Gracias a la optimización de los procesos internos, los negocios que se han digitalizado aseguran que sus costes fijos han disminuido una media del 37 % mientras que la calidad de sus servicios ha aumentado hasta un 39 %.

El estudio realizado por [CA Technologies](#) reveló que la transformación digital permite ganar en rapidez. Las empresas digitalizadas reconocen que logran satisfacer las demandas del mercado un 33 % más rápido y que han reducido en un 32 % el tiempo necesario para tomar decisiones.

Los pequeños negocios que no tienen web ni presencia en las redes sociales se están aislando de una gran parte de sus clientes potenciales. La búsqueda es clave para ser encontrado, para dar a conocer los productos. Incluso si los competidores son más fuertes, un pequeño comercio con la estrategia adecuada puede atraer más clientes.

Los pequeños negocios tienen que dar un paso adelante acompañados de sus asociaciones y en este caso también con el Ayuntamiento de Madrid.

Cada vez más, los sectores del pequeño comercio y la hostelería, deben reconocer el valor de la digitalización, en un sentido integral y la necesidad de incorporarla en sus estrategias de negocio.

Las herramientas digitales son el medio para, abrir nuevos mercados, incrementar el número de clientes, alcanzar un mayor número de ventas.

Herramientas digitales para dar a conocer sus productos o servicios y encontrar el posicionamiento necesario en el mercado.

La web será la primera impresión que un potencial cliente tenga de la empresa y dentro de ella espacio para el desarrollo de la venta online.

Contar con una página web como extensión del negocio e identidad en el mundo online, aparecer en buscadores (aunque no se venda por internet), ser la tarjeta de presentación de la empresa o ser la base para utilizar herramientas de marketing digital como el SEO (Search Engine Optimization - posicionamiento en buscadores) o el marketing de contenidos, es una prioridad para el pequeño comercio.

Es fundamental acompañar el espacio web, con la incorporación de comercio electrónico y adscribirse a plataformas que permitan que incrementemos el volumen de negocio.

Las redes sociales, de otra parte, son uno de los canales de comunicación más relevantes y con mayor alcance hoy en día. De hecho, el 86% de la población entre 16 y 65 años las utiliza en España, tal y como indican los informes iab spain. La población pasa cada vez más tiempo interactuando por estas vías con sus amigos y, aquí viene lo más interesante: también con sus marcas favoritas.

Las redes sociales se han convertido en el lugar donde las marcas pueden hablar de tú a tú a sus usuarios, fidelizar y conseguir clientes de larga duración.

Es fundamental insistir en que los pequeños negocios no deben esperar sentadas a que lleguen los clientes. Ya no se vende como antes, los tiempos han cambiado y hay que salir de la zona de confort para ir al encuentro de nuevas oportunidades, innovar y estar cerca del público objetivo.

En la actualidad ninguna empresa, obviamente tampoco el pequeño comercio, tiene capacidad de llegar por completo a su público objetivo sin la incorporación de herramientas de digitalización.

# Objetivo del Proyecto

Alcanzar al menos DIEZ comercios minoristas y establecimientos hosteleros del municipio de Madrid, en los que materializar las distintas acciones de transformación digital.

**Como objetivo:** la incorporación de las nuevas tecnologías en el modelo de negocio y sus procesos para emplear estrategias digitales centradas en los clientes, con el propósito de fomentar la innovación, mejorar la productividad, disminuir costes, aumentar la rentabilidad y/o expandir el negocio.

- ✓ Automatización de almacenaje de documentos.
- ✓ Gestión integral en la nube y multiplataforma.
- ✓ Instalación de programas para para reuniones y formación online, tanto interna como externa.
- ✓ Potenciación presencia en internet, web y redes, o creación si es necesario.
- ✓ Instalación e-comercio.
  
- ✓ Plataformas digitales de gestión
- ✓ Plataforma de gestión de clientes multicanal (CRM)
- ✓ Aplicaciones de copias de seguridad (en la nube) y protección de virus y malware
- ✓ Herramientas de marketing digital
- ✓ Ciberseguridad en la empresa

Como objetivo pretendemos seguir generando una Cultura Digital favoreciendo una serie de costumbres, conocimientos y formas de ser y pensar en cuanto a medios de información basados en tendencias tecnológicas.

## **Acciones a desarrollar para publicitar el proyecto**

Con el objetivo de alcanzar al menos DIEZ comercios y establecimientos hosteleros, y de informar sobre los contenidos del Programa, se realizarán las siguientes acciones:

- ✓ Información a las empresas asociadas.
- ✓ Campaña de información en el espacio web de CIAE y en las Redes Sociales.
- ✓ Campaña de Publicidad en Redes Sociales

## **Campaña de información en el espacio web de la Confederación Intersectorial de Autónomos del Estado Español (CIAE), y en Redes Sociales sobre el contenido del proyecto**

Inserción en el espacio Web de CIAE y en sus redes sociales de toda la información referente el proyecto.



## **Elaboración de Newsletter dirigidas a pequeño comercios y establecimientos hoteleros del Municipio de Madrid**

- ✓ Contenido del programa del Ayuntamiento de Madrid.
- ✓ Que es y que supone la digitalización
- ✓ Que son las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).
- ✓ Canales para la comunicación Digital.
- ✓ La Web.
- ✓ Las Redes Sociales.
- ✓ SEO. Que significa.
- ✓ Comercio electrónico
- ✓ Herramientas digitales para la gestión
- ✓ Herramientas para medir los resultados.

## Asesoría y Consultoría

**Definidos los DIEZ ESTABLECIMIENTOS ADSCRITOS AL PROGRAMA**

**Trabajo previo a desplegar en cada uno de los establecimientos**

**Fase de análisis**

Disponen los establecimientos de web y de presencia en las Redes Sociales?

Se trabaja con dispositivos móviles?

Se trabaja con aplicaciones en la nube?

Con cuales herramientas se gestionan las distintas áreas de la empresa. Como se gestionan las finanzas?

Donde se almacena la información de la empresa?

Se dispone de herramientas CRM, ERP para el análisis de los datos y la gestión de los clientes?

Como se protegen los dispositivos y redes de la empresa?

Están conectadas las distintas áreas de la empresa en una misma plataforma?

Hay alguna persona encargada de la tecnología?

## Asesoría y consultoría

### Fase de diseño e implantación de las las soluciones digitales

- ✓ Elaboración de un plan de implantación.
- ✓ Realizar un proyecto de consultoría que incluye un análisis de la situación real de partida, la identificación de oportunidades de mejora y la definición de un modelo futuro.
- ✓ Diagnóstico sobre grado de digitalización, clientes y competencia.
- ✓ Análisis DAFO.
- ✓ Análisis de necesidades.
- ✓ Las tecnologías que se requieren.
- ✓ Las personas que hacen o harán uso de ellas. Los procesos que serán optimizados o automatizados.
- ✓ Una vez realizado el correspondiente diagnóstico, establecemos objetivos, recursos necesarios, plazos, tareas, responsabilidades... En definitiva, elaborar un plan estratégico y una hoja de ruta para hacer realidad esa visión del negocio.

## **Realización de encuentros telemáticos con cada uno de los ESTABLECIMIENTOS adscritos al programa**

### **Contenidos previos a la implantación de las soluciones digitales**

Papel de la Transformación Digital para el desarrollo y crecimiento de estos establecimientos.

La aplicación de las Nuevas Tecnologías en el pequeño comercio y en el sector hostelero.

### **Contenidos posteriores a la implantación de las soluciones digitales**

Comercio Electrónico, Plataformas, Comunicación Digital, Marketing Digital y Redes Sociales.

Herramientas digitales de gestión (CRM,...).

Fidelización de los clientes, estrategia para vender en Redes Sociales e Internet.

## Una aproximación a los contenidos de la campaña de Publicidad en Redes Sociales

Realización de campañas en Redes Sociales, para dar a conocer el contenido del programa del Ayuntamiento de Madrid.

### **Mensajes:**

Transformación digital del pequeño comercio y establecimientos hosteleros. Proyecto financiado por el Ayuntamiento de Madrid

La transformación digital amplia y mejora el servicio a los clientes. Proyecto financiado por el Ayuntamiento de Madrid

La digitalización se traduce en un incremento importante de la productividad. Proyecto financiado por el Ayuntamiento de Madrid

La web y las redes sociales contribuyen al crecimiento de la empresa. Proyecto financiado por el Ayuntamiento de Madrid

El comercio electrónico hace crecer las ventas. Proyecto financiado por el Ayuntamiento de Madrid

La utilización de herramientas digitales generan ventajas y beneficios para el pequeño negocio. Proyecto financiado por el Ayuntamiento de Madrid.

Mensajes acompañados de una idea central de campaña, que realizaremos una vez aprobado el proyecto.

## Acciones de DIGITALIZACION a realizar en cada uno de los DIEZ COMERCIOS y ESTABLECIMIENTOS HOSTELEROS

### Diseño y desarrollo web sobre WordPress:

- ✓ Instalación y configuración WordPress.
- ✓ Instalación y configuración de plantilla y plugins Premium.
- ✓ Home.
- ✓ Nosotros.
- ✓ Servicios/Categorías.
- ✓ Ley de protección de datos.
- ✓ Políticas de privacidad.
- ✓ Políticas de cookies.
- ✓ Blog .
- ✓ Contacto: Teléfono | Dirección | Google maps | Formulario.

**El desarrollo de la página web incluirá las siguientes optimizaciones relativas al trabajo de SEO OnPage:**

- ✓ Estructuras de encabezados.
- ✓ Enlazado interno en páginas (no blog).
- ✓ Experiencia de usuario y usabilidad.
- ✓ Ajustes generales.
- ✓ Ajustes de escritura.
- ✓ Ajustes de lectura.
- ✓ Enlaces permanentes.
- ✓ Optimización de imágenes en tamaño y peso.
- ✓ Tabla de contenidos.
- ✓ Configuración de certificado de seguridad SSL.
- ✓ Ley de protección de datos.
- ✓ Seguridad de acceso con cambio de login.
- ✓ Instalación y configuración de SEO by yoast.
- ✓ Creación de sitemap.

## **Web Premium con la implementación de tienda Online**

- ✓ Plataforma WordPress.
- ✓ Definición de concepto y Diseño de Interfaces.
- ✓ Programación del código.
- ✓ Diseño y/o programación premium.
- ✓ Optimización y puesta a punto.
- ✓ Implementación de Tienda Online.



## Herramientas digitales personalizadas

Como objetivo: Facilitar el trabajo y crecer en organización y control, en innovación, así como en el desarrollo de nuevos proyectos.

- ✓ Tratamiento de datos
- ✓ CRM
- ✓ Facturas
- ✓ Control del stock

## Redes Sociales

- ✓ Crear la presencia online, centrándonos en aquellas redes sociales donde se encuentre el público objetivo.
- ✓ La optimización de la presencia online incluye:
  - ✓ Dar de alta y configurar Google My Business.
  - ✓ Dar de alta y configurar: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.
  - ✓ Auditoría e informe de cada uno de los perfiles.
  - ✓ Diseño de creatividades para los perfiles sociales: logos y cabeceras.
  - ✓ Creación de la cuenta publicitaria en Facebook/Instagram Ads, Twitter Ads y Google Ads.
  - ✓ Enlazar las redes sociales con la página web y viceversa.

