

ENCUENTROS SECTORIALES

**Gobernanza, innovación
asociativa, visibilidad y
asociacionismo digital.**

I. GOBERNANZA: TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y EFICACIA

1. TRANSPARENCIA INSTITUCIONAL

La transparencia institucional constituye uno de los principios fundamentales del nuevo modelo de gobernanza de COPYME.

En una organización empresarial moderna, la confianza no puede depender únicamente de la trayectoria o de la buena voluntad. Debe apoyarse en **mecanismos claros, verificables y accesibles**, que permitan a los asociados conocer cómo se toman las decisiones, cómo se gestionan los recursos y qué resultados se obtienen.

COPYME asume la transparencia como una práctica permanente, no como una obligación formal.

Para ello, se impulsarán las siguientes líneas de actuación:

- A. **Publicación periódica de informes de actividad y resultados.** La organización elaborará informes regulares que permitan conocer las acciones desarrolladas, los objetivos alcanzados, el grado de ejecución de los proyectos y el impacto generado en beneficio de las pymes y autónomos representados.
- B. **Gestión económica clara, accesible y auditada.** La información económica deberá presentarse de forma comprensible, ordenada y verificable, reforzando la confianza de los asociados y garantizando una administración responsable de los recursos.
- C. **Procesos de toma de decisiones documentados y abiertos a la participación.** Las decisiones relevantes deberán contar con criterios claros, trazabilidad y canales de participación adecuados, evitando modelos opacos o excesivamente centralizados.

El objetivo es avanzar hacia una cultura organizativa donde la transparencia no sea solo información disponible, sino **una forma de gobernar basada en la confianza, la rendición de cuentas y la responsabilidad compartida**.

2. PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS ASOCIADOS

El nuevo modelo de COPYME entiende la participación no como un elemento consultivo, sino como un **activo estratégico para la organización**.

Una estructura asociativa fuerte no se construye solo desde la dirección, sino desde la capacidad de **implicar a sus miembros en la generación de propuestas, conocimiento y acción colectiva**.

El objetivo es evolucionar desde un modelo pasivo hacia un sistema donde los asociados no solo estén representados, sino que **formen parte activa del funcionamiento y desarrollo de la organización**.

3. ESTRUCTURACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN POR ÁREAS SECTORIALES Y TERRITORIALES

Se desarrollarán espacios organizados que permitan canalizar la participación en función de la realidad empresarial de los asociados:

- A. Áreas sectoriales (industria, comercio, servicios, etc.)
- B. Ámbitos territoriales

Esto permite:

- a) Aterrizar mejor las necesidades reales
- b) Generar propuestas más específicas
- c) Y mejorar la capacidad de representación

4. MECANISMOS DE ESCUCHA ACTIVA Y PARTICIPACIÓN CONTINUA

Se incorporarán herramientas que faciliten una interacción constante entre la organización y sus asociados:

- a) Encuestas estructuradas
- b) Foros de debate
- c) Consultas digitales

El objetivo no es solo recoger opinión, sino **convertir esa información en decisiones y acciones concretas.**

5. IMPULSO A LA COLABORACIÓN INTERASOCIATIVA

COPYME promoverá la participación conjunta con otras organizaciones empresariales mediante:

- a) Proyectos compartidos
- b) Iniciativas sectoriales
- c) Espacios de trabajo colaborativo

Esto permite ampliar el impacto, generar sinergias y evitar modelos cerrados, evolucionando hacia un **ecosistema empresarial más conectado y eficiente.**

La participación deja de ser un derecho pasivo para convertirse en una **herramienta de construcción colectiva.**

Cuando los asociados:

- a) Aportan
- b) Se implican
- c) Y participan activamente

La organización deja de ser un intermediario y pasa a ser un **verdadero motor del tejido empresarial.**

6. PROFESIONALIZACIÓN DE LA ESTRUCTURA

La transformación del modelo asociativo requiere una evolución clara: pasar de estructuras basadas en representación a organizaciones con **capacidad técnica, operativa y estratégica real**.

COPYME impulsa una profesionalización progresiva de su estructura con un objetivo concreto: **aumentar la calidad de los servicios, la eficacia en la ejecución y el impacto en el tejido empresarial**.

7. DESARROLLO DE EQUIPOS TÉCNICOS ESPECIALIZADOS

La organización refuerza su capacidad mediante equipos cualificados en áreas clave para las pymes:

- Estudios e investigación
- Digitalización
- Formación
- Asesoramiento empresarial
- Representación institucional

Estos equipos no solo prestan soporte, sino que permiten a COPYME:

1. Anticipar tendencias
2. Generar conocimiento propio
3. Ofrecer soluciones de mayor valor añadido



8. FORMACIÓN CONTINUA DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO

La profesionalización no se limita a la estructura técnica. Los órganos de dirección deben evolucionar al mismo ritmo que el entorno.

Por ello, se impulsan programas de formación orientados a:

- a) Mejora en la toma de decisiones
- b) Actualización en tendencias económicas y empresariales
- c) Desarrollo de capacidades de liderazgo

El objetivo es contar con una gobernanza que no solo represente, sino que **dirija con criterio y visión**.

9. ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS Y BUENAS PRÁCTICAS

Para garantizar coherencia y eficiencia, se desarrollan:

- 1. Protocolos de actuación
- 2. Manuales operativos
- 3. Guías de buenas prácticas

Esto permite:

- a) Reducir la dependencia de personas concretas
- b) Asegurar la calidad en la ejecución
- c) Facilitar la escalabilidad del modelo

La profesionalización no es un fin en sí mismo, sino un medio para lograr algo mayor: **convertir a COPYME en una organización capaz de generar valor real, de forma consistente y escalable**.

10. GOBERNANZA ORIENTADA A RESULTADOS

El modelo de gobernanza de COPYME evoluciona desde un enfoque administrativo hacia un sistema **claramente orientado a resultados e impacto real**.

No se trata únicamente de gestionar correctamente la organización, sino de **demostrar de forma tangible el valor que se genera para las pymes y autónomos representados**.

La eficacia deja de medirse por la actividad realizada y pasa a evaluarse por los resultados obtenidos.

11. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS MEDIBLES

La organización establece objetivos anuales concretos, alineados con sus líneas estratégicas y con las necesidades reales del tejido empresarial.

Estos objetivos deben ser:

1. Claros
2. Medibles
3. Evaluables en el tiempo

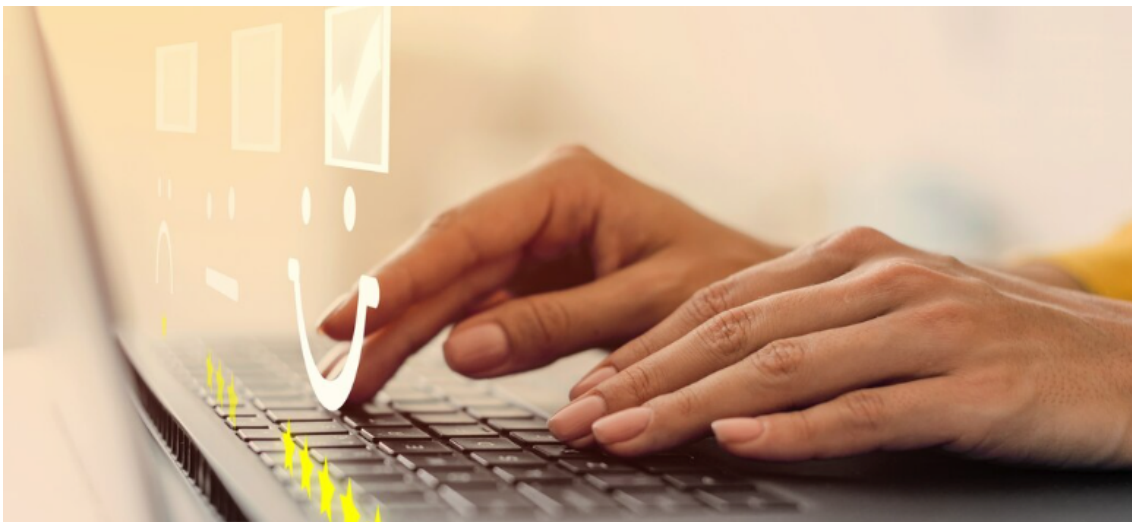
Esto permite orientar la acción, priorizar recursos y evitar la dispersión.

12. EVALUACIÓN CONTINUA DEL IMPACTO

La actividad de COPYME se somete a un proceso de seguimiento y evaluación constante, que permite:

- a) Analizar el grado de cumplimiento de los objetivos
- b) Medir el impacto real de las iniciativas desarrolladas
- c) Identificar áreas de mejora y oportunidades de ajuste

La evaluación no se limita al cierre anual, sino que forma parte de una **dinámica continua de revisión y adaptación**.



13. CULTURA ORGANIZATIVA BASADA EN LA EFICIENCIA

Se impulsa una cultura interna donde:

- Los recursos se utilizan con criterio estratégico
- Las acciones se orientan a resultados concretos
- Se prioriza el impacto frente a la actividad

Esto implica evolucionar hacia una organización más ágil, capaz de:

- a) Tomar decisiones con rapidez
- b) Ajustar sus líneas de actuación
- c) Y maximizar el valor generado con los recursos disponibles

14. MEJORA CONSTANTE COMO PRINCIPIO OPERATIVO

La gobernanza orientada a resultados incorpora un elemento clave: **la mejora continua como parte del ADN organizativo.**

COPYME se posiciona, así, como una entidad capaz de:

1. Aprender de su propia actividad
2. Adaptarse al entorno
3. Y evolucionar de forma sostenida

15. INNOVACIÓN ASOCIATIVA: NUEVAS FORMAS DE UNIR, REPRESENTAR Y FORTALECER A LAS PYMES

La innovación asociativa no es una opción para COPYME, es una **necesidad estratégica.**

El modelo tradicional de asociacionismo, basado en la representación pasiva y la prestación limitada de servicios, resulta insuficiente en un entorno donde las empresas demandan **valor inmediato, conexión real y soluciones adaptadas a su contexto.**

En este escenario, COPYME impulsa un enfoque renovado que redefine el papel de la organización:

pasar de ser un intermediario institucional a convertirse en un **ecosistema activo de relación, apoyo y generación de oportunidades.**

COPYME entiende la innovación asociativa como la capacidad de **transformar profundamente la forma en que las organizaciones empresariales se relacionan con sus miembros, entre ellos y con el entorno económico e institucional.**

ESTO IMPLICA:

1. Evolucionar de estructuras rígidas a modelos más flexibles y dinámicos
2. Pasar de servicios genéricos a soluciones de alto valor añadido
3. Sustituir la relación puntual por una conexión continua y significativa
4. Y convertir la red de asociados en un activo real, no en una base de datos

La innovación asociativa no consiste en hacer cosas nuevas de forma aislada, sino en **rediseñar el modelo para que genere más valor, más impacto y más utilidad para las pymes.**

El objetivo final es claro: **construir una organización que no solo represente a las empresas, sino que contribuya activamente a su desarrollo, competitividad y crecimiento.**

16. NUEVOS MODELOS DE PARTICIPACIÓN

La innovación asociativa exige replantear cómo participan las pymes dentro de la organización. El modelo tradicional, basado en una participación puntual y poco estructurada, evoluciona hacia un sistema donde la implicación de los asociados es **continua, flexible y orientada a generar valor real.**

El objetivo no es solo facilitar la participación, sino **hacerla útil, productiva y adaptada a la realidad de cada empresa.**

17. ESPACIOS HÍBRIDOS DE PARTICIPACIÓN

COPYME impulsa un modelo híbrido que combina entornos presenciales y digitales, permitiendo:

- a) Superar las limitaciones geográficas
- b) Facilitar la participación de autónomos y pymes con menor disponibilidad
- c) Mantener una conexión continua más allá de los encuentros físicos

Este enfoque convierte la participación en algo accesible, flexible y sostenido en el tiempo.

18. GRUPOS DE TRABAJO TEMÁTICOS

Se desarrollan espacios estructurados en torno a áreas clave para el tejido empresarial:

- Sostenibilidad
- Digitalización
- Comercio
- Industria
- Servicios
- Otros ámbitos estratégicos

Estos grupos permiten:

- a) Compartir conocimiento especializado
- b) Detectar necesidades concretas
- c) Generar propuestas y soluciones aplicables

Pasando de una participación genérica a una **participación con foco y propósito**.

19. PROGRAMAS DE MENTORÍA ENTRE EMPRESAS

Se fomenta la colaboración directa entre asociados mediante programas de mentoría que conectan:

- A. Empresas con mayor experiencia
- B. Con autónomos o pymes en fases de desarrollo

Este modelo permite:

- a) Transferencia de conocimiento práctico
- b) Aceleración del aprendizaje
- c) Fortalecimiento de las relaciones dentro de la red

La participación deja de ser un acto puntual para convertirse en un **proceso continuo de interacción, aprendizaje y generación de valor**.

Cuando el asociado:

- Encuentra utilidad
- Se siente parte activa
- Y percibe impacto real

La organización deja de ser un espacio externo y pasa a convertirse en un **entorno relevante dentro de su actividad empresarial**.

20. SERVICIOS DE ALTO VALOR AÑADIDO

El nuevo modelo de COPYME redefine el concepto de servicio asociativo: no se trata de ofrecer soluciones genéricas, sino de proporcionar **herramientas reales que impacten directamente en la competitividad y crecimiento de las pymes**.

El objetivo es claro: pasar de un enfoque reactivo a un modelo **proactivo, especializado y orientado a resultados**.

21. ASESORAMIENTO ESPECIALIZADO EN ÁREAS ESTRATÉGICAS

COPYME pone a disposición de sus asociados un servicio de asesoramiento con un enfoque técnico y actualizado en ámbitos clave para la empresa:

1. Fiscalidad
2. Financiación
3. Digitalización
4. Internacionalización

Este asesoramiento no se limita a resolver consultas puntuales, sino que busca:

- A. Acompañar la toma de decisiones
- B. Anticipar riesgos y oportunidades
- C. Aportar criterio experto en contextos complejos

22. FORMACIÓN ADAPTADA A LA REALIDAD EMPRESARIAL

La formación se diseña desde una lógica práctica y orientada a aplicación inmediata.

Se priorizan contenidos que respondan a:

- a) Necesidades reales detectadas en los asociados
- b) Cambios en el entorno económico y normativo
- c) Nuevas oportunidades de mercado

El objetivo no es formar por formar, sino **mejorar la capacidad operativa y estratégica de las empresas**.

23. PROGRAMAS DE ACOMPAÑAMIENTO EMPRESARIAL

COPYME impulsa programas específicos dirigidos a:

- a) Emprendedores
- b) Nuevos autónomos
- c) Empresas en fases iniciales o de transición

Estos programas combinan:

- 1. Asesoramiento
- 2. Formación
- 3. Seguimiento

Con el objetivo de:

- A. Reducir la incertidumbre en las primeras fases
- B. Acelerar la consolidación del negocio
- C. Facilitar la toma de decisiones en momentos críticos

El valor de los servicios no está en su existencia, sino en su impacto.

Cuando el asociado percibe que:

- 1. Le ayudan a tomar mejores decisiones
- 2. Le ahorran tiempo y errores
- 3. Y contribuyen a su crecimiento

La organización deja de ser un soporte puntual y se convierte en un **aliado estratégico en su desarrollo empresarial.**



24. REDES DE COLABORACIÓN

Uno de los principales activos de una organización empresarial no es solo su capacidad de representación, sino su capacidad de **conectar actores, generar sinergias y activar oportunidades de colaboración**.

COPYME impulsa un modelo de redes que trasciende la relación interna entre asociados, para convertirse en un **ecosistema abierto, dinámico y orientado a la creación de valor compartido**.

25. ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON EL ENTORNO

Se promueve el desarrollo de acuerdos y líneas de colaboración con:

- Universidades
- Centros tecnológicos
- Administraciones públicas
- Otras organizaciones empresariales

Estas alianzas permiten:

- A. Acceso a conocimiento y talento
- B. Participación en proyectos de mayor alcance
- C. Mejora de la capacidad de influencia institucional

COPYME se posiciona así como un **interlocutor activo dentro del ecosistema económico y social**.

26. PLATAFORMAS DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Se fomenta la conexión directa entre empresas asociadas mediante estructuras que facilitan la colaboración real:

- a) Intercambio de oportunidades
- b) Desarrollo de proyectos conjuntos
- c) Generación de negocio entre miembros

En este contexto, COPYME impulsa el proyecto **Club de la Pyme Conecta**, concebido como un sistema estructurado de networking orientado a:

- a) Activar relaciones empresariales de calidad
- b) Generar oportunidades de negocio de forma continuada
- c) Integrar a autónomos y pymes en dinámicas de colaboración real

No se trata de networking informal, sino de un **modelo organizado de cooperación interempresarial**.

27. IMPULSO DE PROYECTOS COLABORATIVOS Y CONSORCIOS

COPYME promueve la creación de iniciativas conjuntas entre empresas para:

1. Acceder a nuevas oportunidades de mercado
2. Participar en proyectos de mayor dimensión
3. Mejorar la competitividad mediante la colaboración

Esto incluye:

- a) Consorcios empresariales
- b) Proyectos sectoriales
- c) Iniciativas de innovación compartida

La red deja de ser un elemento pasivo para convertirse en un **motor activo de generación de oportunidades**.

Cuando las empresas:

- A. Se conectan con intención
- B. Colaboran con estructura
- C. Y comparten objetivos

El asociacionismo evoluciona hacia un modelo mucho más potente: **un sistema que no solo representa, sino que genera negocio y crecimiento colectivo**.

II. VISIBILIDAD: POSICIONAMIENTO, INFLUENCIA Y RECONOCIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL

La visibilidad no es únicamente una cuestión de presencia, sino de **posicionamiento estratégico**. En un entorno donde la capacidad de influir en la agenda económica, social e institucional es clave, las pymes necesitan no solo ser vistas, sino **ser escuchadas, comprendidas y tenidas en cuenta** en los espacios donde se toman decisiones.

COPYME asume la visibilidad como una herramienta para **amplificar la voz del tejido empresarial y reforzar su papel como motor económico y social**.

La organización impulsa un enfoque activo que va más allá de la comunicación tradicional, orientado a:

- A. Incrementar la presencia pública de las pymes
- B. Reforzar su legitimidad ante instituciones y sociedad
- C. Y posicionar a COPYME como interlocutor relevante y cualificado

La visibilidad no se entiende como exposición puntual, sino como una **estrategia sostenida de influencia**.

Cuando las pymes:

- A. Están presentes en el debate público
- B. Son reconocidas como actores clave
- C. Y cuentan con una representación sólida

Se fortalece no solo su imagen, sino su **capacidad real de impacto en el entorno económico y regulatorio**.

1. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

La comunicación en COPYME no se concibe como una función operativa, sino como una **herramienta estratégica para construir posicionamiento, generar influencia y reforzar la legitimidad del tejido empresarial**.

El objetivo no es solo informar, sino **configurar el relato en torno a las pymes**, situándolas en el centro del discurso económico y social.

2. CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN CON PROPÓSITO

Se desarrollarán campañas orientadas a poner en valor el papel de las pymes como:

- A. Motor de empleo
- B. Base del tejido productivo
- C. Elemento clave de cohesión económica y territorial

Estas campañas no buscan visibilidad puntual, sino **generar percepción y reconocimiento sostenido** en la sociedad.

3. PRESENCIA ACTIVA Y CONTINUA EN MEDIOS Y CANALES DIGITALES

COPYME mantiene una presencia constante en:

- A. Medios de comunicación
- B. Entornos digitales y redes sociales

No como un ejercicio de difusión, sino como una estrategia para:

- a) Participar en el debate público
- b) Reforzar su papel como interlocutor
- c) Dar visibilidad a las necesidades y retos de las pymes

4. GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO TÉCNICO

La elaboración de informes, estudios y análisis permite a COPYME:

- A. Aportar criterio propio sobre la realidad empresarial
- B. Anticipar tendencias
- C. Posicionarse como fuente de referencia

Esto refuerza su papel no solo como representante, sino como **actor con capacidad de análisis y propuesta**.

La comunicación deja de ser un canal para convertirse en un **activo estratégico de posicionamiento**.

Cuando la organización:

- A. Genera contenido relevante
- B. Participa activamente en el discurso público
- C. Y construye una narrativa sólida

Deja de reaccionar a la actualidad y pasa a **influir en ella**.

5. REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

La representación institucional es uno de los ejes fundamentales de la acción de COPYME, pero se plantea desde un enfoque renovado: no como presencia formal, sino como **capacidad real de influencia en los espacios donde se definen las condiciones del entorno empresarial**.

El objetivo no es estar, sino **incidir, proponer y defender con criterio los intereses de las pymes**.

6. PARTICIPACIÓN ACTIVA EN ESPACIOS DE DECISIÓN

COPYME mantiene una presencia estructurada en:

- 1. Mesas de diálogo social
- 2. Procesos de negociación colectiva
- 3. Foros económicos
- 4. Órganos consultivos

Esta participación no se limita a la representación simbólica, sino que busca:

- a) Trasladar la realidad de las pymes con rigor
- b) Defender posiciones fundamentadas
- c) Contribuir a la construcción de soluciones equilibradas

7. DEFENSA ESTRATÉGICA DE LOS INTERESES EMPRESARIALES

La organización actúa como interlocutor activo frente a las administraciones públicas, con un enfoque basado en:

- a) Identificación de necesidades reales del tejido empresarial
- b) Posicionamientos claros y argumentados
- c) Seguimiento continuo de las políticas que afectan a las pymes

El objetivo es asegurar que las decisiones públicas tengan en cuenta el impacto directo en las empresas.



8. PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO NORMATIVO Y REGULATORIO

COPYME impulsa su implicación en procesos vinculados a:

1. Propuestas legislativas
2. Cambios regulatorios
3. Iniciativas normativas que afecten al entorno empresarial

Esto permite pasar de una posición reactiva a una postura **proactiva**, donde la organización:

- a) Anticipa cambios
- b) Formula propuestas
- c) Y contribuye a mejorar el marco en el que operan las pymes

La representación institucional deja de ser un ejercicio de presencia para convertirse en una **herramienta de influencia estratégica**.

Cuando una organización:

- a) Está presente en los espacios clave
- b) Aporta criterio y conocimiento
- c) Y defiende con claridad los intereses de sus miembros

Se convierte en un actor relevante capaz de **condicionar el entorno en el que operan las empresas**.

9. EVENTOS Y PRESENCIA PÚBLICA

Los eventos no se plantean como acciones puntuales, sino como una **herramienta estratégica para activar la red, generar visibilidad y posicionar a COPYME como referente dentro del ecosistema empresarial**.

Cada acción pública debe tener un propósito claro: **conectar, aportar valor y reforzar la presencia de las pymes en el entorno económico y social**.

10. ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS CON ENFOQUE ESTRATÉGICO

COPYME impulsa la celebración de:

- Jornadas especializadas
- Congresos empresariales
- Encuentros sectoriales

Estos espacios no solo buscan reunir profesionales, sino:

- a) Generar contenido relevante
- b) Facilitar conexiones de valor
- c) Identificar oportunidades de colaboración

El evento deja de ser un acto y pasa a ser un **instrumento de dinamización del tejido empresarial**.

11. RECONOCIMIENTO COMO PALANCA DE POSICIONAMIENTO

La puesta en marcha de premios y reconocimientos a:

- a) La innovación
- b) El emprendimiento
- c) Las buenas prácticas empresariales

Permite:

1. Visibilizar casos de éxito
2. Generar referentes dentro del ecosistema
3. Asociar la marca COPYME a valores de progreso y excelencia

El reconocimiento no es simbólico, es una **herramienta de reputación y liderazgo**.

12. PRESENCIA TERRITORIAL ACTIVA

COPYME refuerza su implantación mediante actividades distribuidas en el territorio, con el objetivo de:

1. Acercar la organización a las pymes locales
2. Detectar necesidades específicas de cada entorno
3. Generar comunidad empresarial a nivel local

Esto permite construir una organización no solo visible, sino **presente y conectada con la realidad empresarial en cada territorio**.

La presencia pública deja de ser exposición para convertirse en **interacción con propósito**.

Cuando los eventos:

- a) Generan contenido
- b) Activan relaciones
- c) Y aportan valor real

Se transforman en una herramienta capaz de **reforzar la posición de la organización y dinamizar el ecosistema empresarial**.

III. ASOCIACIONISMO DIGITAL: LA NUEVA ERA DE LA PARTICIPACIÓN EMPRESARIAL

El asociacionismo empresarial está entrando en una nueva fase donde lo digital no es un complemento, sino **la base sobre la que se construye la relación con los asociados**.

COPYME entiende el asociacionismo digital como un cambio de modelo: pasar de estructuras limitadas por la presencialidad y la gestión tradicional a un sistema capaz de **conectar, gestionar y aportar valor de forma continua, escalable y eficiente**.

En este nuevo contexto, lo digital permite:

- A. **Ampliar la base social.** Superando barreras geográficas y facilitando el acceso de autónomos y pymes en cualquier territorio.
- B. **Mejorar la eficiencia operativa.** Simplificando procesos, reduciendo tiempos y optimizando la gestión interna.
- C. **Incrementar la cercanía con el asociado** A través de canales directos, accesibles y permanentes de interacción.

1. CAMBIO DE ENFOQUE

El asociacionismo digital no consiste en trasladar lo que ya existe a un entorno online, sino en **rediseñar la forma en que la organización funciona y se relaciona**.

Esto implica:

- A. Pasar de interacciones puntuales a conexión continua
- B. De servicios estáticos a experiencias dinámicas
- C. De gestión administrativa a ecosistemas digitales de valor

La digitalización permite transformar la organización en una estructura más:

- Accesible
- Ágil
- Escalable
- Y centrada en el asociado

El objetivo final es claro: **construir una organización capaz de estar presente en el día a día de las pymes, independientemente de su ubicación o tamaño**.

2. PLATAFORMA DIGITAL DE SERVICIOS

La plataforma digital de COPYME no se concibe como un repositorio de contenidos, sino como una **infraestructura central que articula la relación con el asociado y potencia la actividad de la organización**.

Su función es clara: **conectar, facilitar, registrar y activar valor de forma continua**.

Se trata de evolucionar desde un modelo basado en interacciones puntuales a un entorno donde el asociado dispone de un **espacio operativo permanente**, accesible y orientado a resultados.

3. ÁREA PRIVADA DEL ASOCIADO: ACCESO A VALOR ESTRUCTURADO

Cada miembro dispone de un entorno digital que centraliza los servicios clave:

1. Formación actualizada y accesible bajo demanda
2. Documentación relevante para la gestión empresarial
3. Acceso a asesoramiento especializado
4. Espacios de conexión y networking con otros asociados

Este entorno no es informativo, es **funcional**: diseñado para que el asociado encuentre utilidad real en su día a día.

4. CRM COMO SISTEMA DE GESTIÓN RELACIONAL

La plataforma integra un sistema CRM que permite:

- A. Gestionar la relación con los asociados de forma estructurada
- B. Registrar consultas, interacciones y participación
- C. Analizar comportamiento, necesidades y nivel de implicación

Esto permite a COPYME pasar de una gestión genérica a una **gestión personalizada y basada en datos**, mejorando la capacidad de respuesta y la toma de decisiones.

5. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y COLABORACIÓN

Se incorporan herramientas digitales que facilitan la interacción continua entre miembros y con la organización:

- A. Foros de debate
- B. Canales de comunicación directa (chat)
- C. Videoconferencias y espacios de encuentro virtual

Estas herramientas permiten:

- A. Mantener la actividad más allá de eventos puntuales
- B. Generar comunidad real
- C. Facilitar el intercambio de conocimiento y oportunidades

La plataforma digital no es un complemento, es el **núcleo operativo del modelo asociativo**.

Cuando está bien diseñada:

- a) Reduce fricción en la relación
- b) Aumenta la participación
- c) Y multiplica el valor percibido por el asociado

6. DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS

La digitalización de procesos en COPYME no se plantea como una simple adaptación tecnológica, sino como una **transformación operativa orientada a la eficiencia, la agilidad y la mejora de la experiencia del asociado**.

El objetivo es eliminar fricciones, reducir tiempos y facilitar la interacción con la organización, permitiendo que los asociados dediquen menos tiempo a la gestión y más a su actividad empresarial.

7. GESTIÓN INTEGRAL 100% DIGITAL

Se habilita un sistema que permite realizar de forma ágil y autónoma:

- a) Inscripción de nuevos asociados
- b) Renovación de membresías
- c) Gestión de cuotas

Todo ello en un entorno accesible, seguro y disponible en cualquier momento, eliminando procesos administrativos innecesarios.

8. PARTICIPACIÓN DIGITAL SEGURA

La organización incorpora mecanismos que permiten:

- A. Votaciones digitales con garantías
- B. Consultas a asociados de forma ágil
- C. Procesos participativos accesibles desde cualquier ubicación

Esto facilita una participación más amplia, reduciendo barreras y reforzando la implicación de los miembros.



9. AUTOMATIZACIÓN DE TRÁMITES Y SOLICITUDES

Se implantan sistemas que permiten automatizar procesos habituales como:

- A. Solicitudes de información
- B. Acceso a servicios
- C. Gestión de incidencias

La automatización permite:

- A. Reducir tiempos de respuesta
- B. Minimizar errores
- C. Liberar recursos internos para tareas de mayor valor

La digitalización de procesos no busca solo modernizar la organización, sino **hacerla más eficiente, más accesible y más orientada al asociado.**

Cuando los procesos:

- 1. Son simples
- 2. Son rápidos
- 3. Y funcionan sin fricción

La relación con la organización mejora de forma directa y el modelo gana en escalabilidad y eficacia.

10. COMUNIDAD DIGITAL DE PYMES

El verdadero valor del asociacionismo en la era digital no está solo en los servicios, sino en la capacidad de **construir comunidad.**

COPYME impulsa el desarrollo de una comunidad digital activa, concebida como un **espacio de interacción continua donde las pymes no solo acceden a recursos, sino que generan valor entre ellas.**

El objetivo es evolucionar desde una base de asociados hacia un **ecosistema conectado, participativo y orientado a oportunidades.**

Espacios virtuales de interacción y conocimiento

Se habilitan entornos digitales donde los asociados pueden:

- a) Compartir experiencias reales
- b) Intercambiar conocimiento práctico
- c) Detectar oportunidades de colaboración

Estos espacios permiten mantener una dinámica activa más allá de los encuentros puntuales, convirtiendo la relación en algo **continuo y útil.**

11. MARKETPLACE DE SERVICIOS ENTRE ASOCIADOS

La comunidad incorpora un entorno donde las propias pymes pueden:

- a) Ofrecer sus servicios
- b) Identificar proveedores dentro de la red
- c) Generar negocio interno

Esto transforma la red en un **canal directo de actividad económica**, reforzando el valor práctico de pertenecer a la organización.

12. GRUPOS TEMÁTICOS Y SECTORIALES EN FORMATO DIGITAL

Se desarrollan espacios especializados que agrupan a empresas por intereses, sectores o retos comunes:

- A. Ámbitos sectoriales
- B. Líneas estratégicas (digitalización, sostenibilidad, etc.)
- C. Necesidades específicas del tejido empresarial

Estos grupos permiten:

- A. Profundizar en problemáticas concretas
- B. Generar soluciones compartidas
- C. Y fortalecer la conexión entre perfiles afines

La comunidad digital convierte a COPYME en algo más que una organización:

la transforma en un **entorno donde las pymes interactúan, colaboran y generan oportunidades de forma constante**.

Cuando la red:

- 1. Está activa
- 2. Tiene espacios útiles
- 3. Y facilita negocio real

Deja de ser una estructura formal y pasa a ser un **activo estratégico para cada empresa que la integra**.

13. FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

La transformación digital no es solo una cuestión tecnológica, sino una **cuestión de capacidades**.

COPYME entiende que el verdadero reto no está en el acceso a herramientas, sino en la **capacidad de las pymes y autónomos para utilizarlas de forma efectiva en su negocio**.

Por ello, impulsa un enfoque integral orientado a **desarrollar competencias digitales aplicadas a la realidad empresarial**.

14. PROGRAMAS FORMATIVOS ESPECÍFICOS PARA PYMES Y AUTÓNOMOS

Se diseñan iniciativas formativas adaptadas al nivel, sector y necesidades reales de los asociados, centradas en:

- Digitalización de procesos
- Presencia online y marketing digital
- Herramientas de gestión empresarial
- Automatización y eficiencia operativa

El objetivo no es solo formar, sino **capacitar para aplicar**.

15. ACOMPAÑAMIENTO EN PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Más allá de la formación, COPYME facilita procesos de acompañamiento que permiten a las empresas:

- A. Diagnosticar su nivel de digitalización
- B. Definir hojas de ruta realistas
- C. Implementar soluciones de forma progresiva

Este enfoque reduce la incertidumbre y evita inversiones ineficientes, facilitando una **transición ordenada y con impacto real**.

16. ACCESO A HERRAMIENTAS Y RECURSOS TECNOLÓGICOS

Se pone a disposición de los asociados:

- A. Soluciones tecnológicas adaptadas a pymes
- B. Recursos prácticos para su implementación
- C. Entornos de prueba y aprendizaje

El objetivo es eliminar barreras de acceso y facilitar la adopción tecnológica como parte natural de la gestión empresarial.

La formación digital no se limita a transmitir conocimiento, sino a **generar capacidad operativa en las empresas**.

Cuando una pyme:

1. Entiende la tecnología
2. Sabe aplicarla
3. Y la integra en su día a día

Deja de ver la digitalización como un reto y la convierte en una **palanca real de competitividad y crecimiento**.

CONCLUSIÓN

COPYME impulsa un nuevo modelo de asociacionismo empresarial que responde a una realidad incuestionable: **las pymes necesitan hoy algo más que representación; necesitan estructuras que generen valor real, conexión y oportunidades.**

Este proyecto articula esa evolución a través de cuatro pilares —gobernanza, innovación asociativa, visibilidad y asociacionismo digital— que, de forma integrada, permiten construir una organización:

- A. Más eficiente en su funcionamiento
- B. Más útil para sus asociados
- C. Y más relevante en el entorno económico e institucional

Pero más allá de la estructura, este modelo representa un cambio de enfoque: pasar de un asociacionismo basado en la gestión a un sistema orientado a **impacto, participación y generación de valor.**

El futuro del tejido empresarial dependerá de la capacidad de adaptarse a un entorno cada vez más dinámico, competitivo y exigente. En ese contexto, las organizaciones que acompañen a las pymes deberán ser:

- 1. Más ágiles
- 2. Más conectadas
- 3. Y más alineadas con sus necesidades reales

COPYME asume ese reto con una posición clara: no solo acompañar el cambio, sino **liderarlo.**

Con este modelo, la organización se sitúa como un agente capaz de:

- A. Impulsar la competitividad empresarial
- B. Fortalecer el ecosistema de pymes y autónomos
- C. Y contribuir activamente al desarrollo económico y social

En definitiva, no se trata solo de construir una mejor organización, sino de **crear un entorno más sólido, más conectado y con mayor capacidad de crecimiento para las empresas que lo integran.**



Contacta con nosotros:

☎ 91 435 06 12

@ administracion@copyme.es

🌐 copyme.es

COPYME
CONFEDERACIÓN GENERAL DE LAS PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS