



# KOIKI: LA GENTE PRIMERO

Ágata García

Técnica de Inserción Sociolaboral (León)

Recibir un paquete en el día y hora acordados con el servicio de reparto en función de tu disponibilidad y, además, de manera sostenible parece una tarea difícil, ¿verdad?. Pues con esa mentalidad Aitor Ojanguren puso en marcha Koiki ([www.koiki.es](http://www.koiki.es)). Se trata de una empresa social con una red sostenible de mensajería que brinda la oportunidad de mostrar su valía en un puesto de trabajo a personas en situación de vulnerabilidad. Este proyecto nació hace 6 años con un doble objetivo: por un lado, crear empleo para aquellas personas cuyo acceso al mercado laboral es más difícil como por ejemplo personas con discapacidad intelectual, en riesgo de exclusión o cuya situación de desempleo es de larga duración y, por otro lado, reducir las emisiones de CO2 apostando por un reparto de proximidad siempre andando, en bicicleta e incluso en vehículo eléctrico lo que les permite generar así empleo digno y de calidad.

*“Koiki nace con la intención de cambiar el problema de la “última milla” en el reparto que es el trayecto que realizan las empresas de transporte desde su sede —normalmente a las afueras— hacia las ciudades para entregar los paquetes. Muchas veces estos no se pueden entregar por lo*

*que el camión o furgoneta vuelve a la empresa para, al día siguiente, volver a repetir el recorrido e intentar de nuevo dejar la mercancía, algo que genera altos niveles de contaminación. Por ese motivo, desde nuestra organización buscamos mejorar la sostenibilidad del servicio de entrega de paquetería. Lo hacemos a través de micro-hubs, que son pequeños centros de recepción de mercancía que se encuentran ubicados en entidades sociales y desde los cuáles salen los paquetes para su reparto sin generar CO2, ya que los “koikis” realizan los repartos a pie, en bici, patinete e, incluso, contamos con algún vehículo eléctrico. Además, uno de nuestros fines es mejorar la relación entre la persona destinataria y quienes se encargan del reparto, de manera que se entregue la mercancía en el día y hora marcados por quien va a recibirla lo que hace que la experiencia sea mucho más cercana” Me cuenta Patricia de Francisco, la Responsable de Marketing de Koiki.*

*“Tenemos acuerdos con distintas entidades sociales y ONG que nos permiten utilizar los espacios físicos de los que estas disponen en las ciudades para organizar la distribución y el almacenaje*



de paquetería lo que, además, nos permite dar mucha visibilidad a los miembros de estas entidades. Nosotros formamos a estas personas en varias habilidades como las propias de su puesto de trabajo, las habilidades de comunicación con el cliente, cómo hay que tratar los paquetes para que lleguen en perfecto estado así como en nuevas tecnologías para que puedan utilizar la app de la empresa en la que pueden ver los repartos y recorridos sin ningún problema y puedan desenvolverse así de manera autónoma. Actualmente estamos en un total de 14 provincias en las que tenemos 50 centros, aunque nuestro objetivo es llegar a las 150 ciudades que hay en España con más de 50.000 habitantes”.

Este modelo de negocio le permitió a Koiki alzarse con el Premio de Innovación Social del Banco Europeo en 2015 siendo seleccionada entre más de 300 empresas de 28 países como mejor empresa social de innovación. Además, recientemente, fueron seleccionados por el Premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus para su acelerador de empresas.

“Actualmente, el 23% de nuestro negocio es parte de Repsol, que ha apostado por el impacto social de nuestra empresa ya que nuestro objetivo al final del día es generar empleo y es por lo que se nos valora. Actualmente contamos con 50 centros activos en los que, aproximadamente, trabajan 150 personas. Si comparamos nuestros números con los de una empresa de reparto no alcanzamos tal volumen de paquetes pero sí repercutimos directamente en la sociedad”.

“Antes trabajábamos directamente con los transportistas para realizarles la última milla pero ahora ya hay grandes empresas que confían en nosotros como, por ejemplo, Kiehl's. Recogemos los pedidos que realiza la gente desde nuestra sede principal en el Mercado Barceló y los repartimos de

una manera más cercana y personalizada. Además también trabajamos con emprendedores sociales como “De buen café” ya que por su modelo de negocio buscan la cercanía, la repercusión y las emisiones 0 que tienen nuestros repartos”.

Uno de los grandes problemas de los servicios de reparto es la contaminación que generan pero Koiki ha llegado para cambiarlo: “Que la mayoría de nuestros repartos sean a pie o en bicicleta ha hecho que hasta el año 2020 hayamos evitado que se emitan 113,2 toneladas de CO2 algo que esperamos ir aumentando”.

Una de las cosas que trajo consigo la pandemia fue el auge del comercio electrónico, que se convirtió en la salvación de muchas empresas que vieron la oportunidad de vender sus productos a través de Internet para que así las pérdidas fueran menores. Esto hizo que las empresas de reparto se convirtieran en servicio esencial.

“Tuvimos que cerrar muchos centros ya que, por las restricciones, muchas de las entidades con las que trabajamos cerraron sus puertas temporalmente aunque continuamos con la actividad en el Mercado Barceló. Al principio muchas de las personas que trabajan con nosotros tuvieron miedo y prefirieron no trabajar aunque a medida que pasaba el primer impacto y se iban reabriendo centros su mentalidad fue cambiando y se dieron cuenta de lo esencial que resulta su trabajo, que lo que hacen es importante y que son también parte de esos héroes que han continuado con su actividad. Este cambio de mentalidad hizo que aumentara su motivación y sus ganas de ayudar a la gente mientras estábamos en casa. Su papel es esencial no solo para la sociedad si no para la empresa también ya que los “koikis” son la cara visible y la que está en contacto directo con las personas para las que trabajamos”.

La labor de Koiki se basa en tres pilares:

1. Estar cerca del destinatario para cambiar la experiencia de los usuarios,
2. generar impacto social a través de la creación de empleo para personas en situación de vulnerabilidad y
3. devolverle la ciudad a las personas evitando los vehículos.

Gracias Koiki por apostar por aquellos considerados “los últimos”, que vuestra experiencia se convierta en ejemplo. Larga vida a los “koikis”.