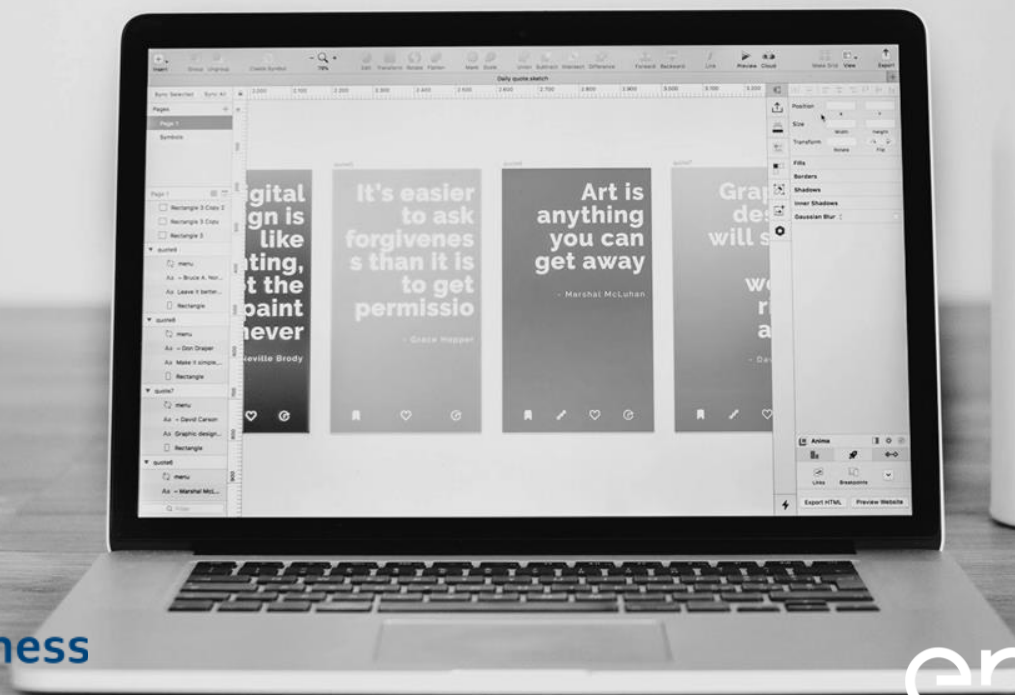


# DIGITALIZA TU NEGOCIO

*Guía de Transformación Digital del Programa Contigo*



1. Objetivos.
2. Arrancamos: ¿Qué supone la transformación digital de una empresa?
3. Analizar nuestra situación actual.
4. Enfocar desde nuestro modelo de negocio.
5. Centrarnos en el cliente.
6. Ser ágiles.
7. Identificar ecosistema.
8. Desarrollar clientela.
9. Plan de acción.
10. Evaluar e incorporar aprendizajes.
11. Anexo: algunas herramientas útiles.

A person wearing a dark jacket and a cap is walking down a wide, modern concrete staircase. The staircase has a black metal railing with glass panels. The background is a large, textured concrete wall with a grid of small circular indentations. A semi-transparent blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text "9 pasos para digitalizar tu negocio" in white, bold, sans-serif font.

# 9 pasos para digitalizar tu negocio

# QUÉ ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

La transformación digital de la empresa supone pensar en **estrategias que ayuden a ubicarla en su contexto digital**. El escenario en el que la empresa está obligada a competir es uno cada vez más digital, donde la clientela, proveedores y, en general, todos aquellos actores que forman parte del ecosistema de la organización están **obligados a adoptar tecnologías y métodos de trabajo digitales** adecuados al contexto presente.

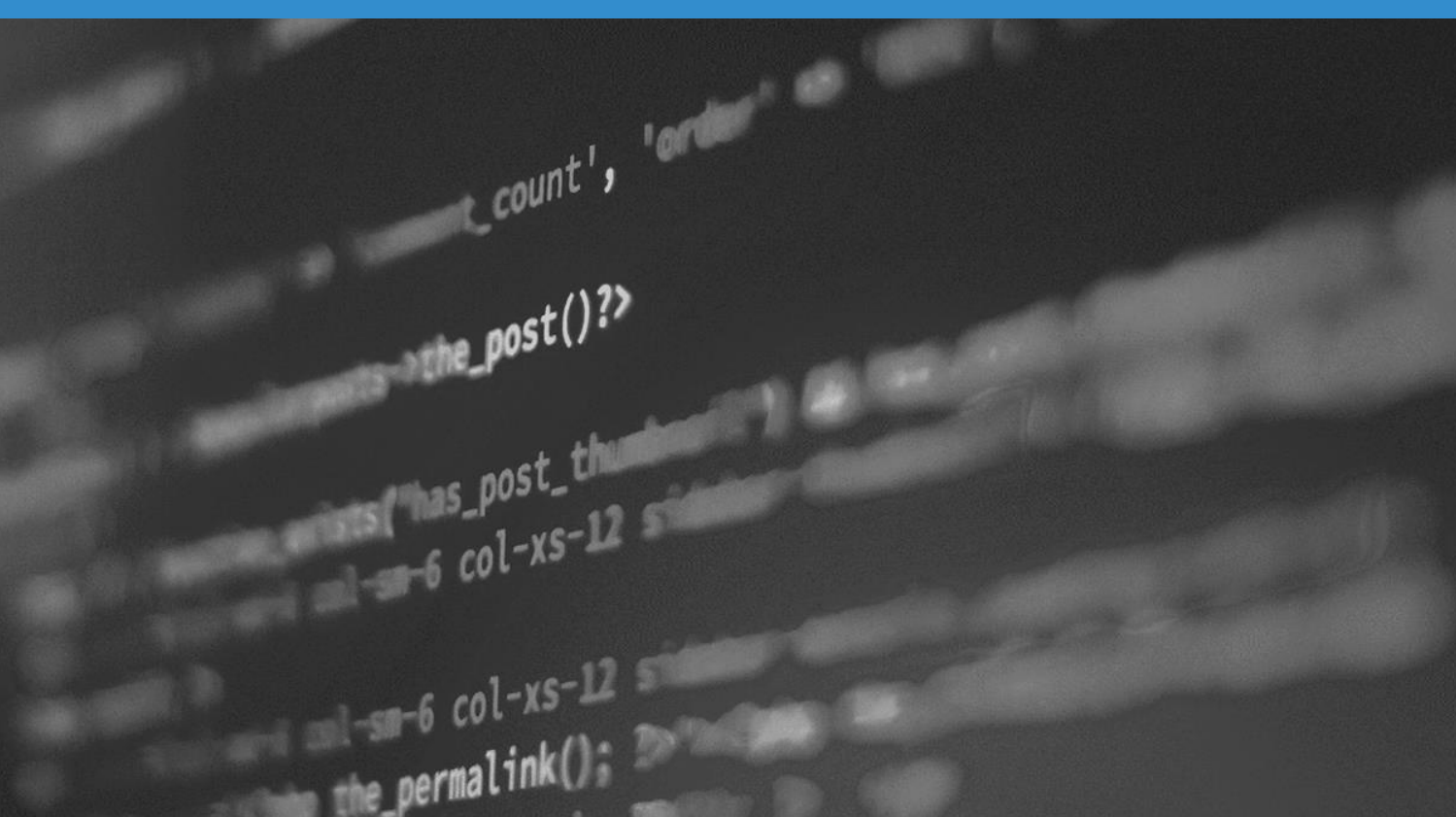
Cuando hablamos de transformación digital parece que el acento está en lo digital. Sin embargo, la palabra más importante es la de **“transformación”**. El contexto digital nos ofrece **oportunidades** para la transformación de nuestro negocio, no solamente en cómo trabajamos con nuestros clientes y proveedores, sino en cómo enfocar el modelo de negocio, cómo podemos **crear y capturar** el valor que generamos en nuestra actividad.

El **valor** que creamos, que aportamos a nuestra clientela y que añadimos en el ecosistema se convierte en elemento esencial del que partir para abordar el **proceso de transformación**. La digitalización es una manera de inducir la transformación hacia un escenario de valor.

El proceso de transformación no se puede acometer de forma aislada: la empresa debe trabajar la colaboración con proveedores, clientela, centros públicos y privados de investigación, cámaras de comercio, otras empresas, las comunidades en las que ubica, etc. Todo ello conforma lo que llamamos el **ecosistema** de la empresa.

En esta guía proponemos un camino que comienza con el planteamiento del fundamento de la misma existencia del negocio: analizamos cómo la empresa crea valor, y sobre esta base, proporcionar herramientas para identificar el ecosistema y buscar en él **oportunidades para arrancar un proceso que nunca termina**.

# OBJETIVOS



# 1.- OBJETIVOS

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

En general, el objetivo de esta Guía de Transformación Digital Digitaliza tu negocio es proporcionar un **documento básico que asista a los técnicos de red YBS en el proceso de la digitalización de organizaciones de sus emprendedores.**

En ella:

- I. Conocerán el contexto y alcance de la transformación digital.
- II. Accederán a las diferentes fases del proceso de digitalización.
- III. Tendrán acceso a herramientas de apoyo en el proceso de digitalización.
- IV. Establecer recomendaciones de pasos a seguir en el proceso de transformación digital.

A top-down view of a desk with a smartphone, a pen, a notebook, and some dried leaves. The background is a dark grey surface. In the top left, there is a white notebook with a grid pattern. In the center, a black smartphone is lying vertically. To the left of the phone, a silver pen is lying horizontally. In the bottom right, there are some dried, pressed leaves. A blue horizontal bar is overlaid across the middle of the image, containing the text.

## 2.- ¿Qué supone la transformación digital en una empresa?

## 2.- QUÉ SUPONE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN UNA EMPRESA?

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

## ETAPAS DEL PROCESO

### 1.- INICIO

¿Qué supone la Transformación Digital en mi organización?

¿Es de interés?

¿Podré hacer esta transformación?

Competencias.

### 2.- OPORTUNIDADES

¿Cómo la TD ayuda a mi organización a crear valor para el cliente y ser más competitivo?

Diagnóstico y detección de oportunidades centradas en el cliente

### 3.- ACCIÓN

¿Qué acciones puedo emprender?

Necesidades de inversión y formación.

¿Cómo las financio?

### 4.- EVALUACIÓN

Evaluación y aprendizajes.

Mejora continua.

Reinicio.





### 3.- Analizar la situación de partida

### 3.- ANALIZAR EL PUNTO DE PARTIDA

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

Una buena forma de conocer el punto del que partimos es **realizar un diagnóstico. Conocer** de antemano el **grado de digitalización** de las personas que lideran el proceso de transformación digital y el grado de digitalización de la empresa nos prepara para el proceso.

**Existen herramientas** desarrolladas desde distintos ámbitos que nos pueden ayudar, y en esta sección se explican.

### 3.- ANALIZAR EL PUNTO DE PARTIDA

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### 1. Competencias digitales de la persona empresaria:

Para **evaluar** de manera preliminar el **grado de madurez digital** de la persona emprendedora, **YBS ha desarrollado una herramienta** dentro del marco de competencias DIGICOMP de la UE: cuestionario de competencias digitales-

- Cultura digital.
- Gestión de la información.
- Comunicación digital.
- Trabajo en red.
- Identidad digital.
- Aprendizaje continuo-
- Visión estratégica-
- Seguridad y hábitos digitales.

Puedes completarlo y conocer tus competencias **haciendo click aquí:**

<https://www.youthbusiness.es/cuestionarios/app/cuestionario.php?m=habilidades-digitales>

### 3.- ANALIZAR EL PUNTO DE PARTIDA

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### 2.- Diagnóstico de madurez digital de la organización:

Es preciso comenzar por **diagnosticar la situación de partida de nuestra empresa**. El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo\* propone **HADA, una herramienta útil de autodiagnóstico** de la situación de partida. A través de un cuestionario, la herramienta devuelve un informe sobre el grado de madurez digital de la empresa en sus distintas áreas:

- Estrategia de mercado y negocio.
- Procesos.
- Organización y personas.
- Infraestructuras.
- Productos y servicios.

\* <https://hada.industriaconectada40.gob.es/hada/register>

### 3.- ANALIZAR EL PUNTO DE PARTIDA

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### Áreas a analizar:

- Estrategia de mercado y negocio.
- Procesos.
- Organización y personas.
- Infraestructuras.
- Productos y servicios.



#### Herramienta de autodiagnóstico

<https://hada.industriaconectada40.gob.es/hada/register>



Aquí podrás acceder a otras herramientas e iniciativas:

<https://conectapyme40.com/que-es/>

JUNTA DE EXTREMADURA



<http://www.programaempresadigital.es/>

<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad#itinerarios>

### 3.- ANALIZAR EL PUNTO DE PARTIDA

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

Tras la reflexión a que nos ha llevado el proceso de diagnóstico, proponemos la **sistematización de los hallazgos utilizando herramientas bien conocidas** por las personas que intervienen en los procesos de aceleración de iniciativas emprendedoras: **matrices DAFO y CAME.**



### 3.- ANALIZAR EL PUNTO DE PARTIDA

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### **Matriz DAFO:**

Permite recoger de forma visual y sistemática los resultados del análisis interno y externo, introduciendo valoraciones en los elementos detectados.





### 3.- ANALIZAR EL PUNTO DE PARTIDA

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### **Matriz CAME:**

Partiendo de las conclusiones de la matriz DAFO, **orienta la acción en forma de estrategias:** las debilidades hay que corregirlas, las amenazas se afrontan, las fortalezas se mantienen y las oportunidades se explotan. Esta herramienta nos permite transformar las conclusiones de nuestro análisis en líneas de acción.



The background of the slide is a dark, starry night sky. A horizontal band of blue color runs across the middle, containing the text. The stars are scattered throughout, with some appearing as bright, multi-pointed patterns.

**4.- Enfocar desde nuestro modelo de negocio: valor para la empresa.**

## 4.- ENFOCAR DESDE NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### ¿Qué es un modelo de negocio?

Un modelo de negocio describe la lógica por la cual una organización **crea, aporta y captura valor**.

Responde a preguntas como por ejemplo:

- ¿Quiénes son mis clientes o usuarios y qué valor añadido les apporto?
- ¿Cómo me relaciono con ellos y cómo les hago llegar ese valor?
- ¿Cómo genero ingresos?
- ¿Qué activos debo tener en mi organización y qué actividades clave debo realizar para generar, distribuir y gestionar ese valor?
- ¿Quiénes son mis socios o aliados clave?
- ¿Cuál es mi estructura de costes?

Algunas consideraciones sobre modelos de negocio:

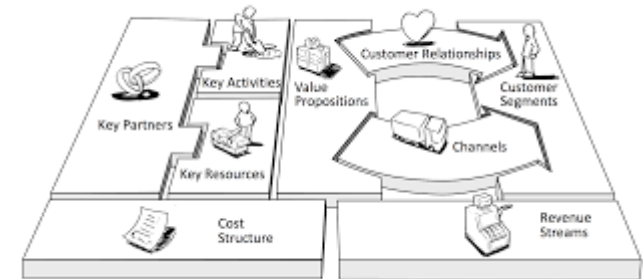
- Una organización puede tener varios modelos de negocio distintos para distintas líneas de actividad, pero el total debe ser coherente y sostenible – es decir, al final, los ingresos deben ser superiores a los costes para garantizar la sostenibilidad de la organización.
- Los modelos de negocio varían a lo largo del tiempo y suelen requerir ciertos ajustes y prueba y error, especialmente en fases iniciales de un proyecto a medida que vamos entendiendo mejor nuestros usuarios y mercado.
- Este es uno de los motivos por los que levantar fondos es relevante para cualquier organización de forma que podamos aguantar hasta que el modelo de negocio arranque.

## 4.- ENFOCAR DESDE NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

**Herramienta útil para trabajar sobre nuestro modelo de negocio:**

Para trabajar nuestro modelo de negocio proponemos el uso de una herramienta de análisis: [el lienzo de modelo de negocio](#) (Osterwalder et al., 2010). Nos permite entender, diseñar y diferenciar nuestro modelo de negocio en base a sus componentes y a las interrelaciones entre componentes.



A low-angle, upward-looking photograph of several modern skyscrapers with glass facades. The buildings are arranged in a way that they appear to converge towards the top of the frame. The sky is filled with white and grey clouds. A semi-transparent blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing white text.

## 5.- Centrarnos en el cliente: crear valor

#### 5.1.- Centrarnos en el cliente digital y en la propuesta de valor:

- Al reto de la digitalización se le ha sumado el reto de adaptación a la nueva situación sanitaria que ha acelerado la transformación hacia la **“economía de bajo contacto”** (*Low Touch Economy*).
- “Bajo contacto” hace referencia a la necesaria **minimización de los puntos de contacto físicos** con el cliente, no sólo por la situación sanitaria, sino también por la digitalización de la clientela. Esto supone la aceleración de la digitalización de muchas empresas.
- Un bajo contacto físico no impide mantener relaciones comerciales personalizadas.
- Entender las necesidades, demandas y formas de comunicación con los distintos perfiles de clientes para crear una relación.
- La **segmentación** es un factor importante, la creación de distintos perfiles de clientes y empatizar con cada uno de ellos.

## 5.- CENTRARNOS EN EL CLIENTE: CREAR VALOR

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### 4.1. Centrarnos en el cliente: crear valor para el cliente:

##### ¿Qué es Customer Centricity?

*Customer Centricity* es tener un enfoque de cualquier acción de la estrategia del modelo de negocio pensando en el usuario. Representa un proceso de empatía extrema, en el que analizamos cada necesidad o emoción del cliente en relación a nuestro negocio, producto o servicio. Se trata de un enfoque estratégico global y no de una táctica o acción puntual, lo que significa adoptar una cultura de empresa centrada en el cliente. Si piensas que esta filosofía de empresa, es lo mismo que “atención al cliente” merece la pena recalcar que *customer centric* es ir varios pasos más allá: supone entender cómo nos percibe el cliente y tratar de proyectar en él una mezcla de confianza e implicación utilizando para ello los valores de la empresa.

## 5.- CENTRARNOS EN EL CLIENTE: CREAR VALOR

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### ¿Qué es Customer Centricity?

En las páginas siguientes, te indicaremos 3 pasos que debes dar para poder establecer una cultura de *Customer Centricity* pero antes te proponemos que acudas al siguiente enlace y desarrolles un [MAPA de EMPATÍA de tu cliente.](#)



## 5.- CENTRARNOS EN EL CLIENTE: CREAR VALOR

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### La estrategia customer centricity paso a paso:

En tu cabeza tienes que pensar en que **toda acción** que realices en tu negocio **tiene que estar diseñada y ejecutada desde el impacto emocional y de percepción de valor que tendrá en el cliente**. Esta filosofía tiene implicaciones desde el diseño del producto, a la usabilidad y experiencia de usuario de tu tienda online o presencial y, por supuesto, en las fases de preventa y postventa pre y postventa de tus productos y servicios (la clásica atención al cliente).



## 5.- CENTRARNOS EN EL CLIENTE: CREAR VALOR

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### **PASO 1 - Identifica y segmenta a tus clientes**

El primer paso siempre es conocer al cliente en profundidad. Necesitas **hacer una segmentación** lo más precisa posible. Hay que **conocer todas las variables relevantes para tu negocio** (sociodemográficas, geográficas, estilo de vida, comportamiento, hábito de consumo...). Si puedes cruzar los datos cuantitativos con los cualitativos tendrás muchas más garantías de éxito.

Para realizar dicha acción, te recomendamos que prepares **diferentes segmentos de cliente**, usando la táctica del “**buyer persona**”.

En este enlace, puedes encontrar **cómo hacerlo** y una plantilla descargable: [\*\*BUYER PERSONA Y PLANTILLA.\*\*](#)

## 5.- CENTRARNOS EN EL CLIENTE: CREAR VALOR

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### **PASO 2 - Realiza una escucha activa:**

Parece obvio que si queremos mejorar la experiencia de usuario y adaptar nuestra estrategia de negocio, necesitamos **conocer la opinión a tiempo real** del potencial usuario y comprador **de nuestros productos /servicios**.

Para ellos, te proponemos realizar **encuestas online**. Muchas veces basta con una simple pregunta para identificar *insights* con una encuesta online como, por ejemplo, las que permiten las redes sociales.

**Medir y monitorizar conversaciones de nuestras RRSS y de la competencia, puede ser una gran opción.** El proceso de aprendizaje sobre nuestro público objetivo se ejecutará a una mayor velocidad a medida que veamos sus opiniones y preocupaciones reales. Esto incluye la posibilidad, en la medida de lo posible de romper la barrera digital e intentar establecer un diálogo en persona con cada uno de ellos.

En este enlace, puedes encontrar

10 herramientas para realizar **ESCUCHA ACTIVA.**

#### **PASO 3 – Conociendo el Customer Journey de tus clientes:**

Según Inbound Cycle, el *Customer Journey* es el proceso por el que pasa una persona para comprar un producto o servicio en base a una necesidad que se le plantea, y toda la investigación y consideración de alternativas que hay antes y después de la propia actividad de compra.

En el pasado, se entendía que el ciclo o proceso de compra coincidía completamente con el ciclo de venta, pero actualmente **el consumidor investiga y se informa antes de iniciar cualquier proceso comercial**. De hecho, se dice que el 70% del *customer journey* ya se ha completado incluso antes de que el consumidor se ponga en contacto con cualquier vendedor en una tienda física.

En este enlace, puedes ver las diferentes fases del proceso y cómo llevarlo a cabo: **FASES CUSTOMER JOURNEY**



# 6.- Ser ágiles

## 6.- SER ÁGILES

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

Lean Startup práctica el llamado **Desarrollo Ágil**, originariamente procedente de la industria del software. Se trata de **trabajar mano a mano con customer development**, desarrollando el producto de forma iterativa e incremental en ciclos de trabajo muy cortos.

En contraposición con los ciclos largos de desarrollo de productos que suponían el conocimiento de los problemas de los clientes y sus necesidades, el desarrollo ágil elimina la pérdida de tiempo y recursos.

Es el proceso por el cual **las startups crean el prototipo mínimo viable para empezar a testar con el cliente**. Para realizarlo de manera correcta debes adoptar un **enfoque de agilidad y de acercamiento** con tus clientes y **utilizar el *customer development*** para validar las hipótesis.

Entrevista a tus compradores, a tus partners sobre todos los elementos del *business model*, incluido las funcionalidades, precio, canales de distribución...

A silhouette of a person with a backpack is seen from behind, looking out a large window at a city skyline. The scene is bathed in a blue light, suggesting dusk or dawn. The text '7. Identificar ecosistema' is overlaid in white on a semi-transparent blue band across the middle of the image.

## 7. Identificar ecosistema



## 7.- IDENTIFICAR ECOSISTEMAS

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

Cualquier proceso de transformación está íntimamente **conectado** con otras entidades de la cadena de valor de nuestra empresa. La transformación digital puede surgir para **mejorar la relación** con clientes, proveedores, las **oportunidades de colaboración** con plataformas o empresas productoras de servicios complementarios. Las instituciones públicas o privadas de nuestro territorio pueden permitir acceso a **fuentes de financiación** para la transformación digital. Hay instituciones que proporcionan **formación** útil para el proceso. La implicación con entidades sin ánimo de lucro con las que se compartan fines que operen en el territorio también puede abrir oportunidades para la empresa.

## 7.- IDENTIFICAR ECOSISTEMAS

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

Identificar quiénes son estos agentes y cómo se relacionan con nuestra empresa o proyecto . Proponemos la herramienta visual **mapa de stakeholders** (<https://es.diytoolkit.org/tools/people-connections-map/>)



## 8.- Desarrollar clientela

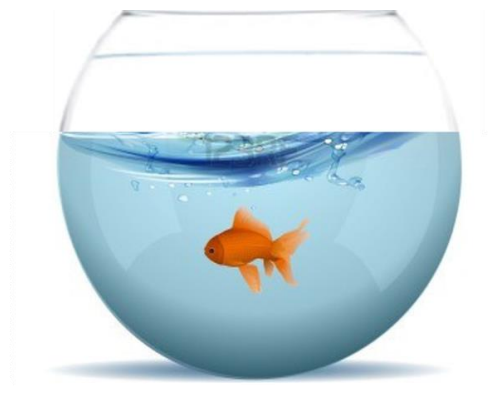
A modern desk setup featuring a silver laptop and a large black monitor. The monitor displays a desktop environment with a blue background and the text "WORKHARD ANYWHERE". The laptop screen shows a dashboard with various charts and graphs. A desk lamp is mounted on the wall, and a potted plant is visible on the desk. The scene is set on a wooden desk.

## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### 7.1.- IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES:

La identificación de clientes online es una **acción fundamental a la hora de iniciar un proceso de venta**. En la era digital y con toda la información a solo un click, es imprescindible **posicionarse y diferenciarse en un competente mercado**. Tu producto o servicio no es único en un mercado sin fronteras. Por ello, tienes que hacerlo destacar.



## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### 7.1.- IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES:

Lograr un nicho de mercado competente y una base de clientes fijos es todo un triunfo. Por ello, es importante **fidelizar a los clientes actuales y buscar nuevos potenciales**. Pero no se consigue únicamente con una buena página web. Necesitas **mantener tu producto o servicio en la mente** de los ya clientes y buscar e identificar ese sector que aún no te conoce pero sí está interesado.

Para ello:

- **Conoce y analiza qué buscan:** el cliente actual es más exigente, está acostumbrado a las compras online, conoce a proveedores como tú y tienes que lograr ser su primera opción. Tienes que llegar a ellos a través de mensajes persuasivos que se retengan en su mente y que encajen en sus gustos, intereses y principios.
- **Localiza a esos clientes potenciales:** tienes que saber dónde están, cómo compran y a quién. Probablemente, ya consumen tu producto o servicio a alguien de tu competencia. Por lo tanto, tienes que captar su atención y atraerlos. Para ello, tienes que preparar una ambiciosa campaña de comunicación y marketing para impactar en su navegación. Es imprescindible que sepas todo sobre ellos: su edad, sus gustos, sus preocupaciones...

## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

- **Crea suscriptores de tu marca:** no hay mejor publicidad que la de un cliente contento y es más rentable mantener a un cliente fidelizado que buscar otros esporádicos. Sin embargo, esto no quiere decir que no debes aumentar tu cartera de clientes. Exprime al máximo tus recursos y utilízalos de la mejor manera. Crea dos campañas: una de fidelización para clientes ya existentes e incentivar su mantenimiento como cliente fiel, y otra para nuevos en la que invites a la compra de tu producto y servicio con algún beneficio adicional en la primera compra y, así, darte a conocer y posicionarte en tu mente.
- **Analiza el comportamiento de tus clientes actuales:** porque probablemente los clientes del futuro tendrán mucho que ver con ellos. Conoce sus características de consumo, su comportamiento a la hora de enfrentarse una compra online y facilítale todo lo posible el proceso. Para ello, ten definido a tu target y nicho de mercado y conoce a tus buyer persona.

## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### ¿Qué es un target?

Grupo de personas que dado a sus intereses, cualidades y características de compra sean **posibles consumidores de nuestro producto o servicio**. Es un **público objetivo y potencial de nuestra marca**, por lo que tenemos que focalizar en ellos para estar en su mente y persuadirle a que inicien y finalicen el proceso de compra.

Es imprescindible **centrar todas las acciones de marketing en este grupo** de personas. Hay que pensar en él a la hora de activar cualquier acción comercial.

Para ello tienes que...

- **Definir su perfil demográfico.**
- **Conocer sus intereses socioculturales.**
- **Saber cómo actúa a la hora de iniciar un proceso de compra.**
- **Analizar su experiencia de cliente.**

Tienes que tener en cuenta su comportamiento digital a la hora de dirigirte a tu target. Tiene que saber dónde están, qué consumen y cómo lo hacen y estar presente en donde lo estén. Por ello, para focalizar aún más, tienes que definir a tus buyer persona.

## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

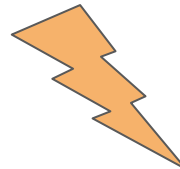
### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### ¿Qué es un buyer persona?

Entendemos por Buyer Persona como el estudio de las **motivaciones, necesidades y objetivos que persigue la persona ideal a la que se está dirigiendo un producto o servicio** en específico. Para definirlo más exactamente, tendremos en cuenta sus datos demográficos y sus intereses para saber cómo llegar a ellos de la manera más eficaz y efectiva.

Por lo tanto, **tienes que pensar en esos 3, 4 o 5 clientes que siempre te compran y por qué lo hacen.**

**Es imprescindible** que establezcas a estos buyer persona **antes de comenzar un plan de comunicación y marketing online.** Si no sabes nada de ellos, nunca captarás su atención. Por ellos, tienes que acercarte generando contenido de interés que capte su atención y haga que esté siempre alerta de todas las actualizaciones de tu marca.



#### **La estrategia de servicio debe integrar lo online y offline**

- ✓ Nuestros espacios “offline” y “online” deben complementarse y ayudarse.
- ✓ La experiencia de nuestros clientes debe estar al mismo nivel en los formatos digitales y no digitales (a menos que sea una estrategia intencionada).



## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### 7.2.- Conversar con mi clientela:

Imprescindible para llegar a clientes y a potenciales clientes. En un entorno digital, la mejor manera de hacerlo es con una atractiva comunicación externa que capte la atención y persuada a nuestro público objetivo.

¿Cómo lograrlo?

- **Web corporativa actualizada**, que plasme qué es la marca, qué productos o servicios venden, qué beneficios tiene su consumo y qué “dolores” cubre.
- **Redes sociales**: no hace falta que estés en todas, simplemente en las que se encuentre tu clientela. Analízala estableciendo cuál es tu target, quiénes son tus buyer persona y dónde se encuentran. Con esa información, genera una estrategia de comunicación online acorde a las necesidades e intereses que presente tu público objetivo.
- **Escucha y atiende a tu comunidad**: responde a todos los mensajes que te mande, aprovecha cualquier comentario para responderlo y favorecer tu engagement y, así la harás crecer exponencialmente.

## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### 7.2.- Conversar con mi clientela:

Para ello, tienes que crear **MARKETING DE CONTENIDOS**. Genera ese contenido que interesa y engancha a tus públicos y fidelízalos.

Aunque prime lo digital, no olvides también las acciones comerciales presenciales (que seguro que vuelven). Te proponemos que analices qué necesidades tiene tu marca para darse a conocer y elijas entre las siguientes tanto online como offline:

#### RELACIONES PÚBLICAS:

- Actos
- Participación en ferias
- Acontecimientos culturales, deportivos, sociales...
- Patrocinio deportivo
- Otros

#### ONLINE:

- Microsites
- E-mail marketing
- Newsletter
- Redes sociales
- Juegos
- Blogs y videoblogs o blogs
- Otros

#### CORPORATIVOS:

- Manual de la marca/producto/servicio
- o
- Presentaciones
- Informes
- otros

#### PUBLICIDAD:

- Publicidad en el teléfono móvil
- Publicidad en buscadores
- Publicidad en TV, prensa y radio
- Publicidad en mobiliario urbano y vallas exteriores
- Cartelería
- Buzoneo
- Patrocinio
- Otros

## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### RELACIÓN CON LOS MEDIOS:

- Notas de prensa
- Ruedas de prensa
- Declaraciones sin opción a preguntas
- Entrevistas a los medios
- Encuentros de trabajo con los medios
- Citas con periodistas
- Teléfono
- Sala de prensa virtual
- Dossier de prensa en línea, fotografías en línea, cortes de TV/radio en línea
- Videonoticias
- Otros

#### MARKETING:

- Buzoneo
- Publicidad en las Administraciones
- Premios
- Muestras
- Marketing de guerrilla o street marketing
- Telemarketing
- Marketing telefónico
- Marketing móvil
- Merchandising
- Catálogos
- Packaging
- Otros

#### COMUNICACIÓN

- Manual de bienvenida y otra documentación interna
- Mensajes de correo electrónico
- Publicaciones segmentadas
- Revistas corporativas
- Boletines electrónicos
- Canal de comunicación corporativo o intranet
- Cartas, circulares, memos, actas y otros documentos
- Correo electrónico
- SMS/aplicaciones móviles
- Teléfono
- Foros/chats
- Buzón de comunicaciones
- Sistema de iniciativas o programas específicos

#### INTERNA:

- Tablones, folletos, posters, cartelería, merchandising...
- Reuniones con dirigentes, encuentros con el dirigente y los profesionales de las distintas áreas de la marca/producto/servicio.
- Evaluaciones, encuestas de actitud...
- Actos internos: aniversarios e inauguraciones, convenciones, fiesta de Navidad, fiesta de fin de año...
- Videoconferencias
- Otros

## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### **7.3.- 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan:**

Necesitas crear tu propio Social Media Plan. Aquí tienes los 7 pasos principales:

- Mi negocio vs Mi competencia.
- Objetivos de marketing en redes sociales.
- Público objetivo.
- Canales de comunicación.
- Estrategias por objetivos.
- Diseño y calendarización de acciones.
- Control de la eficacia.



## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### 7.3.- Convertir al lead en cliente: Funnel o embudo de ventas.

Con la clientela interesada en el contenido que generas en tus redes sociales, necesitas que te compre. Para ello, elaboramos un funnel o embudo de ventas, cuyo objetivo principal es **definir los pasos que cualquier persona interesada va a seguir a la hora de iniciar un proceso de compra** desde el momento en el que se entera de tu existencia hasta que formaliza la compra. Del número total que se entera de nuestra existencia hasta el número de clientes hay una clara diferencia numérica. Y este embudo nos ayudará a calcular estos porcentajes totales.

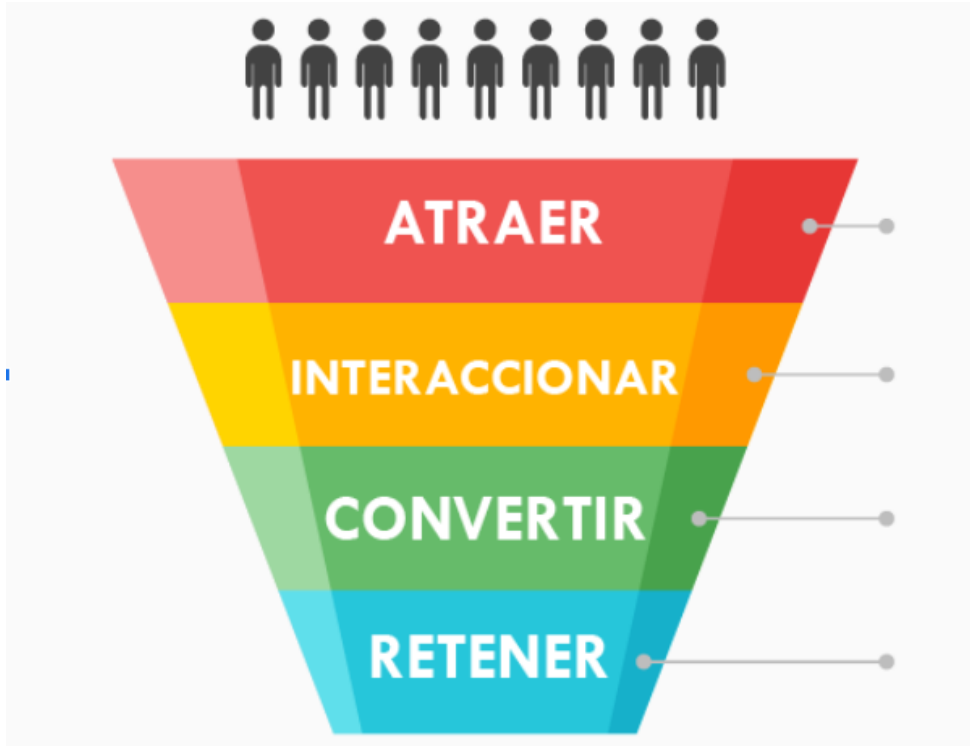
Un funnel o embudo de embudo de ventas es la **estrategia de marketing que la empresa ha organizado para que una visita a web se convierta en lead y de lead pase a cliente.**

Va muy de la mano del plan de comunicación y marketing, ya que las acciones que se plasmen en el mismo tienen que incentivar el cumplimiento de acciones del funnel.

**Cada funnel** o embudo de venta **es un mundo**. No existe un modelo estándar, ya que cada organización tiene que pararse a pensar qué estrategia de marketing quiere planificar para llegar a su potencial cliente.

## 7.- DESARROLLAR CLIENTELA

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*



- Creación de contenido en Redes Sociales.
  - Campañas de Email Marketing.
  - Publicidad de pago en las redes donde se encuentre tus potenciales clientes.
  - Web.
- Encuestas, sorteos, publicaciones en Redes Sociales.
  - Responder a comentarios, mensajes, correos o cualquier comunicación.
  - Inscripción newsletter.
  - Pedir contacto a cambio de más información.
- Retargeting.
  - Conversaciones individuales.
- Descuentos personalizados.
  - Buena atención al cliente.
  - Atención muy cuidada.

The background of the slide is a photograph of a running track. The track is dark grey with white lane markings. Lane numbers 1, 2, 3, 4, 5, and 6 are visible, arranged from top to bottom. A blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text '9. Plan de acción'.

## 9. Plan de acción



No vamos a hacer todo al mismo tiempo. Algunas acciones a desarrollar:

- Priorizamos en función de objetivos y redactamos un plan de acción
- Identificamos recursos de que disponemos y recursos adicionales que necesitamos.
- Establecemos formas de seguimiento de nuestro plan de acción. Por ejemplo: ¿Cómo vamos a medir si alcanzamos los objetivos?
- Acceso a conocimiento que no tenemos: posibles alianzas, formación, consultoría, etc.
- Acceder a fuentes de financiación.
- Implicar a personas trabajadoras de la empresa: formación, gestión del talento



## 10. Evaluar e incorporar aprendizajes

- 1. ¿Cómo vamos a hacer el seguimiento de nuestro plan de acción?**
- 2. Hemos establecido un sistema de seguimiento. Pueden pasar dos cosas que se alcancen los objetivos o que no se alcancen.**
- 3. Revisar de forma permanente, los medios y los objetivos planteados**

# 11. Algunas recomendaciones

The image shows a high-angle view of a modern office building's observation deck. The room has a dark, perforated ceiling with recessed lights. Large windows offer a panoramic view of a city skyline under a cloudy sky. In the foreground, the silhouettes of three people are visible, standing and looking out the windows. A dark bag is on the floor in the lower-left corner. A semi-transparent blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text '11. Algunas recomendaciones' in white.

## 11.- ALGUNAS RECOMENDACIONES

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### **1. Los consultores y proveedores TIC ayudan en el proceso de digitalización pero no lo lideran**

- ✓ Quien mejor conoce la empresa es la propia empresa y su equipo
- ✓ La consultoría ayuda a orientar el proceso, los proveedores ayudan a implementar soluciones pero debemos definir los objetivos y tener claro dónde queremos ir y qué es lo que queremos alcanzar.

#### **2. Comenzar con pequeños cambios para más tarde avanzar con los aprendizajes:**

- ✓ La digitalización es un proceso gradual y en muchos casos interdependiente, de forma que necesitaremos implementar algunos procesos (p.e. formación) antes de iniciar otros (p.e. equipamientos).
- ✓ Los colaboradores de la empresa deben estar involucrados en todo momento para poder habituarse a los cambios y comprender la cultura digital progresivamente. De esta manera se minimizan las resistencias a la adopción de nuevos métodos y formas de trabajo y experimentarán en su día a día los beneficios de las mejoras implementadas.

## 11.- ALGUNAS RECOMENDACIONES

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### **3. Debe ser rentable por lo que es esencial medir los costes de implementación y el retorno de la inversión:**

✓Es imprescindible un diagnóstico y un estudio previo de oportunidades que mejoran cada área, definiendo las prioridades que representan el núcleo de nuestra organización y encontrando las mejores soluciones para nuestras necesidades.

#### **5. Si a los datos, pero con ciberseguridad y dentro del marco normativo LOPD:**

- ✓ Los datos y su almacenamiento y procesamiento son esenciales en todas las dimensiones de la empresa: producción, productos, canales, mercado, infraestructuras... El mayor problema en la actualidad es cómo utilizarlos de forma efectiva en la toma de decisiones
- ✓ Dar la suficiente importancia a la seguridad de los datos. Lo mejor es evitar problemas siguiendo medidas como sistemas de sistemas de backup, controles de acceso a usuarios, firewalls, recuperación de datos, asesoría técnica...
- ✓ Cumplir la LOPD



#### 6. Cultura, Formación e Innovación Digital:

- ✓ Si los colaboradores no estuvieran involucrados en la detección y definición de las necesidades, de los procesos y soluciones a implantar, el cambio será más complejo y lento. En este sentido la **innovación abierta** y la colaboración adquieren una relevancia especial.
- ✓ Si no se involucra a los colaboradores, y no interiorizan los cambios, la transformación no se producirá. Es necesaria una **cultura digital**
- ✓ Si las personas no están **formadas** para las soluciones implantadas, la transformación digital será más lenta o se frustrará.

## 12. Ejemplos de tecnologías y herramientas TIC

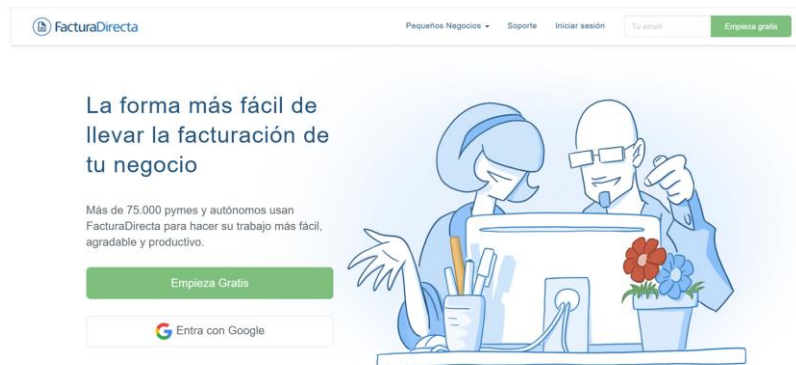
A person's hands are shown interacting with a tablet computer. The tablet screen displays a user interface for a clothing or fashion store, featuring various product images, a search bar, and a 'CUSTOM BUILT' section. In the background, a laptop is open, displaying a blurred webpage. The scene is set on a wooden table, suggesting a workspace or a retail environment. A semi-transparent blue banner is overlaid across the middle of the image, containing the text '12. Ejemplos de tecnologías y herramientas TIC'.

# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

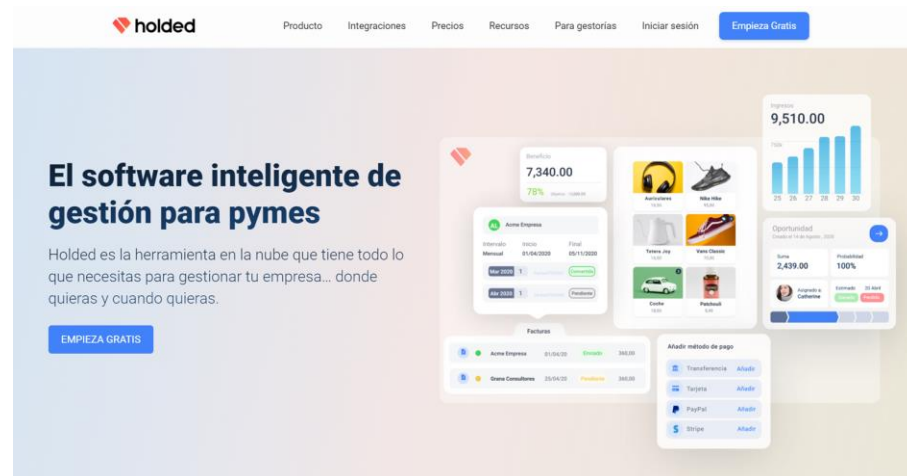
### 12.1.- Software de facturación y contabilidad

<https://www.facturadirecta.com>



The screenshot shows the homepage of FacturaDirecta. At the top, there is a navigation bar with the logo, 'Pequeños Negocios', 'Soporte', 'Iniciar sesión', a search field, and a green 'Empieza gratis' button. The main content area features the headline 'La forma más fácil de llevar la facturación de tu negocio' and a sub-headline 'Más de 75.000 pymes y autónomos usan FacturaDirecta para hacer su trabajo más fácil, agradable y productivo.' Below this are two buttons: a green 'Empieza Gratis' button and a white 'Entra con Google' button. To the right is a blue illustration of a woman and a man looking at a computer monitor.

<https://www.holded.com/es/>



The screenshot shows the homepage of Holded. The navigation bar includes the logo, 'Producto', 'Integraciones', 'Precios', 'Recursos', 'Para gestorías', 'Iniciar sesión', and a blue 'Empieza Gratis' button. The main headline reads 'El software inteligente de gestión para pymes'. Below it is the text 'Holded es la herramienta en la nube que tiene todo lo que necesitas para gestionar tu empresa... donde quieras y cuando quieras.' and a blue 'EMPIEZA GRATIS' button. The right side of the page features a dashboard with several widgets: 'Beneficios' showing 7,340.00, 'Oportunidad' showing 2,439.00, and 'Facturas' showing a list of invoices. There is also a 'Añadir método de pago' section with options like 'Transferencia', 'Tarjeta', 'PayPal', and 'Stripe'.

# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.2.- Cloud: Almacenamiento y sincronización de datos

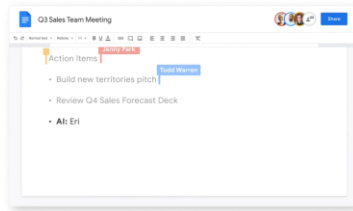
<https://workspace.google.es/intl/>

Google Workspace: G Suite, a otro nivel

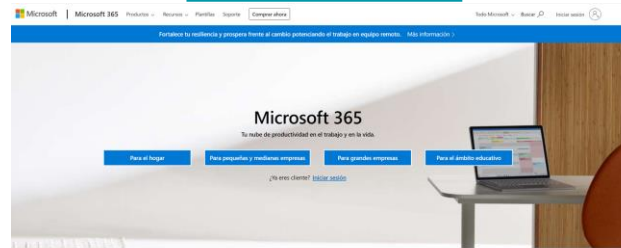
Todo lo que necesitas para trabajar, reunido en un único paquete.



Empezar

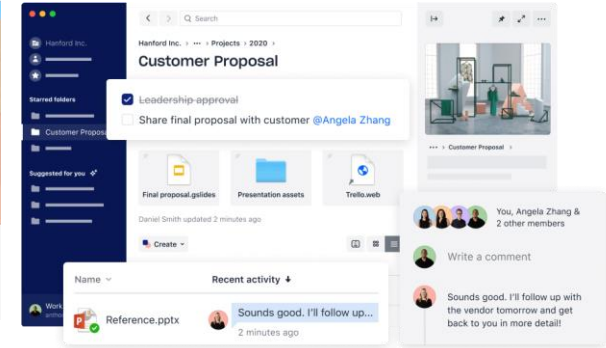


<https://www.microsoft.com/es-es/microsoft-365>



Diseñado para ayudarte a mejorar la productividad con aplicaciones innovadoras de Office, servicios inteligentes en la nube y seguridad de primer nivel.

<https://www.dropbox.com/business/>



Página de comparador de precios/capacidad

Actualizada a 10 de Diciembre

<https://www.adslzone.net/reportajes/internet/comparativa-almacenamiento-nube/>

## 12.3.- Edición de documentos en línea:



## 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### 12.4.- ERPs (Enterprise Resource Planning):

Son sistemas de **planificación de recursos empresariales**, integrando todas las áreas, datos, prácticas y procesos de una organización, generalmente de forma modular.

La recomendación de utilización de una ERP depende de la dimensión de la empresa visto que su coste y mantenimiento exigen recursos más elevados y procesos a veces complejos.

Algunos de los más conocidos son SAP, ORACLE, MICROSOFT, SAGE, ONYX, HOLDED, etc aunque eso no signifique que sean los mejores para su empresa, depende de las funcionalidades requeridas y del sector de actividad.

Existen muchos otros que pueden ser adaptables a las necesidades de las PYMES más pequeñas o con necesidades específicas.

Lo ideal es ponerse en manos expertas. **Existen ERP On-Premise o en la nube**, lo que también influirá en el coste, ventajas y servicio.

## 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

---

#### 12.5.- CRMs (Customer Relationship Management):

La **gestión de la relación con el cliente (CRM)** está normalmente incluida en los ERPs más populares como un módulo específico.

Es el caso de muchos ERPs mencionados antes, aunque podamos también destacar algunos ejemplos de software especializado, como SALESFORCE, PIPEDRIVE, ZOHO, SUMACRM, HUBSPOT ...

Tal como para la adopción de un ERP, la recomendación es buscar consejo experto y ajustar la tecnología a las necesidades reales de nuestro negocio.



## 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### 12.6.- Trabajo en red y comunicación

<https://slack.com/>



<https://www.chanty.com/>



<https://web.telegram.org>



<https://web.whatsapp.com/>



<https://signal.org/es/>

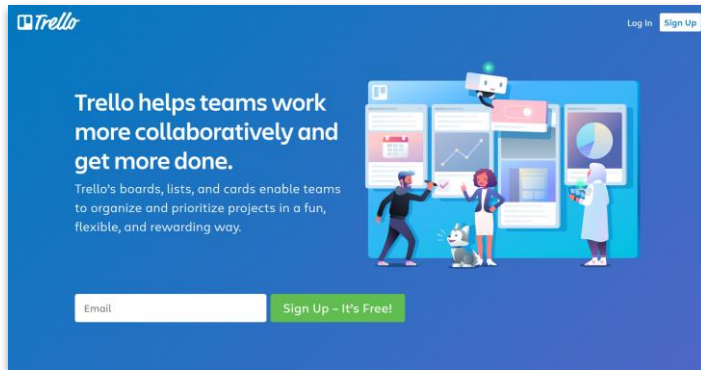


# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

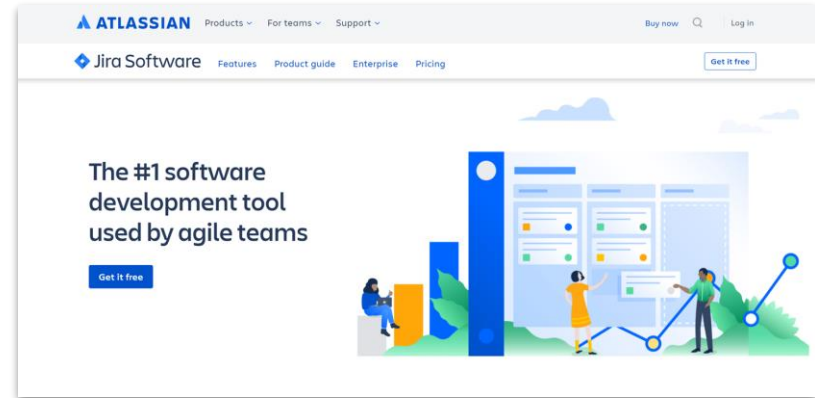
## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.7.- Comunicación: colaboración y organización del trabajo /gestión ágil de proyectos:

<https://trello.com/>



<https://www.atlassian.com/software/jira>

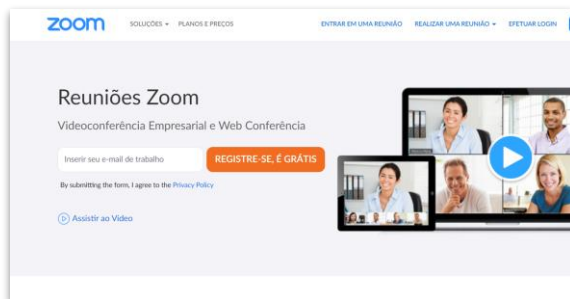


# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.7.- Comunicación por Videoconferencia:

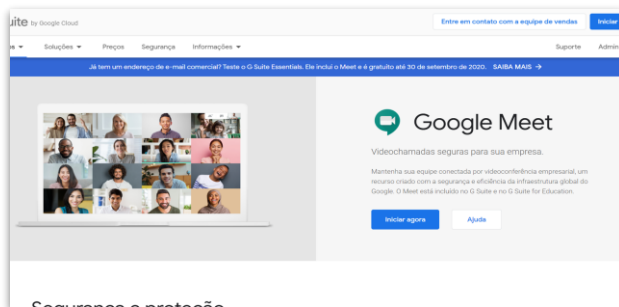
#### Zoom



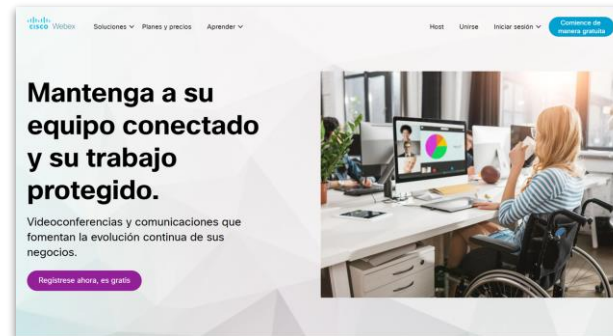
#### Microsoft Teams



#### Google Meet



#### Webex

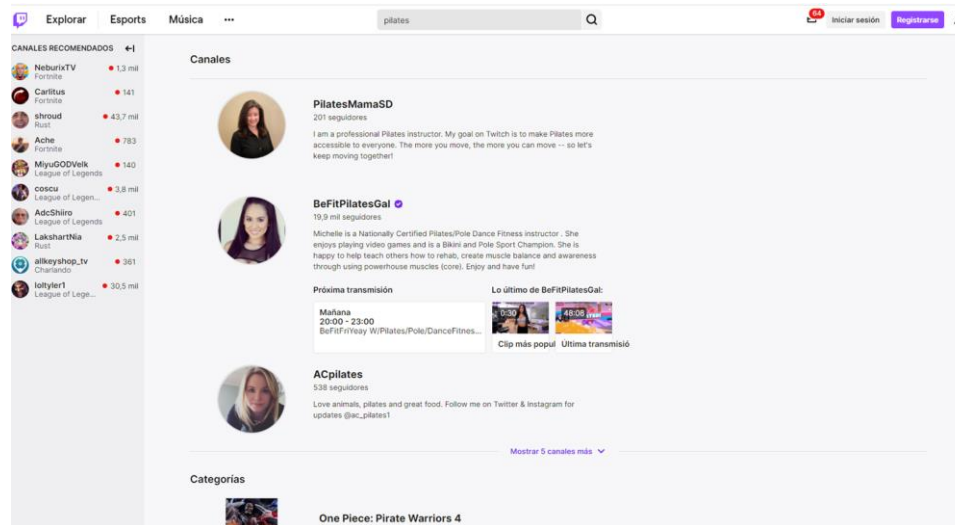


# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.8.- Comunicación: videos en directo

<https://www.twitch.tv/>



The screenshot shows the Twitch website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Explorar', 'Deportes', and 'Música'. A search bar contains the text 'pilates'. On the left side, there is a list of 'CANALES RECOMENDADOS' with the following entries:

- NeburixTV (Fortnite) - 1.3 mil seguidores
- Carlitus (Fortnite) - 141 seguidores
- shroud (Rust) - 43,7 mil seguidores
- Ache (Fortnite) - 783 seguidores
- MiyuGODVeik (League of Legends) - 140 seguidores
- cocsu (League of Legends) - 3,8 mil seguidores
- AccShiro (League of Legends) - 401 seguidores
- LakshartNia (Rust) - 2,5 mil seguidores
- alkeyyhop\_tv (Chalengo) - 361 seguidores
- loltyler1 (League of Legends) - 30,5 mil seguidores

The main content area is titled 'Canales' and displays three channel cards:

- PilatesMamaSD**: 207 seguidores. Bio: 'I am a professional Pilates instructor. My goal on Twitch is to make Pilates more accessible to everyone. The more you move, the more you can move -- so let's keep moving together!'
- BeFitPilatesGal**: 19,9 mil seguidores. Bio: 'Michelle is a Nationally Certified Pilates/Pole Dance Fitness instructor. She enjoys playing video games and is a Bikini and Pole Sport Champion. She is happy to help teach others how to rehab, create muscle balance and awareness through using powerhouse muscles (core). Enjoy and have fun!'. It also shows a 'Próxima transmisión' for 'Mañana 23:00 - 23:00 BeFitFitNey W/Pilates/Pole/DanceFitness...' and a 'Lo último de BeFitPilatesGal' section with a video clip.
- APilates**: 538 seguidores. Bio: 'Love animals, pilates and great food. Follow me on Twitter & Instagram for updates (@ac\_pilates)'.

At the bottom, there is a 'Categorías' section with a thumbnail for 'One Piece: Pirate Warriors 4'.

# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.9.- Comunicación: colaboración visual

<https://mural.co/>

The screenshot shows the MURAL website homepage. At the top, there is a navigation bar with the MURAL logo and links for 'Why MURAL', 'Resources', 'Consultants', 'Enterprise', 'Pricing', 'Sign In', and 'START NOW, FREE'. The main headline reads 'Put imagination to work' with the subtext 'MURAL is a digital workspace for visual collaboration'. Below this is a 'START NOW, FREE' button. The central part of the page features a 'Prioritization' diagram on a grid. The vertical axis is labeled 'IMPORTANCE' and the horizontal axis is 'FEASIBILITY'. The diagram shows several colored sticky notes representing tasks or ideas, with arrows indicating movement between them. Names like 'Celeste', 'Lamin', 'Megan', 'Sebastian', and 'Pol' are associated with specific notes. To the left of the grid, there is a 'Brainstorm' section with a 'Brainstorm' button and a 'Brainstorm' sticky note.

<https://miro.com/>

The screenshot shows the Miro website homepage. At the top, there is a navigation bar with the MIRO logo and links for 'Product', 'Use Cases', 'Resources', 'Pricing', 'Enterprise', and 'Contact us'. The main headline reads 'Be Creative. Be Productive. From Anywhere.' with a yellow sticky note icon. Below this is a subtext: 'Miro is a collaborative online whiteboard platform designed for remote and distributed teams.' A blue button says 'Start a whiteboard →'. Below the button, it says 'Free forever - no credit card required'. The page also features several colorful sticky notes and a blue squiggly line, with names like 'Anna', 'Mark', and 'Elena' associated with them.

# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.10.- Automatización, gestión y programación de redes sociales:

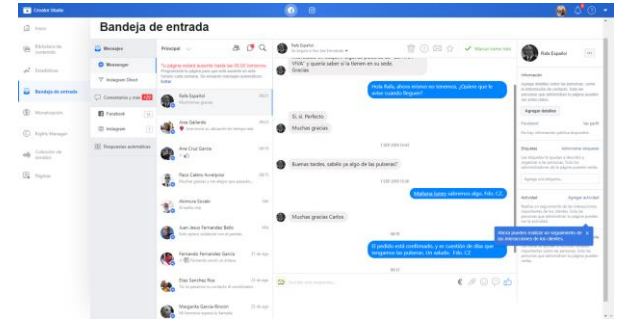
<https://hootsuite.com>



<https://buffer.com>



<https://business.facebook.com/>



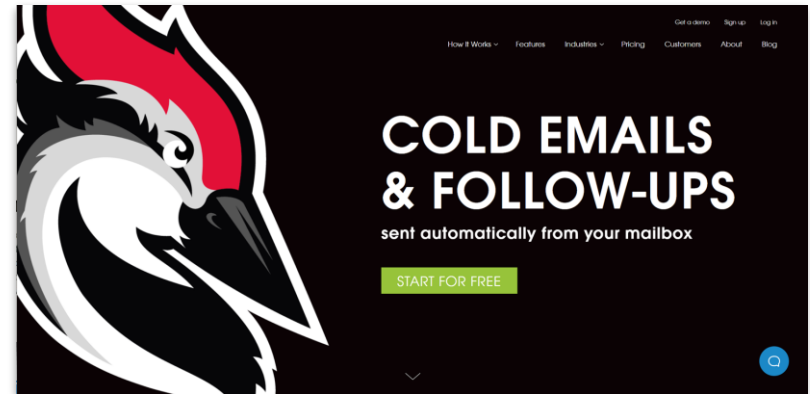
# Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

## 12.11.- Automatización de Mailings / Email Marketing:

<https://mailchimp.com/>



<https://woodpecker.co/>



## 12- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

### Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

#### 12.12.- Gestores de contenidos, webs, blogs, ecommerce...

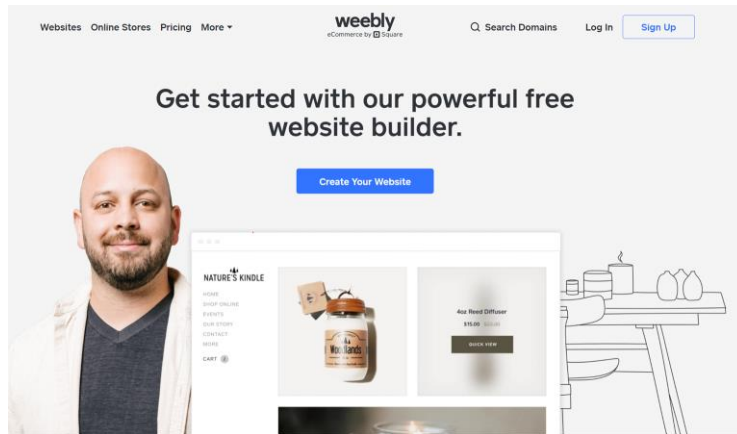




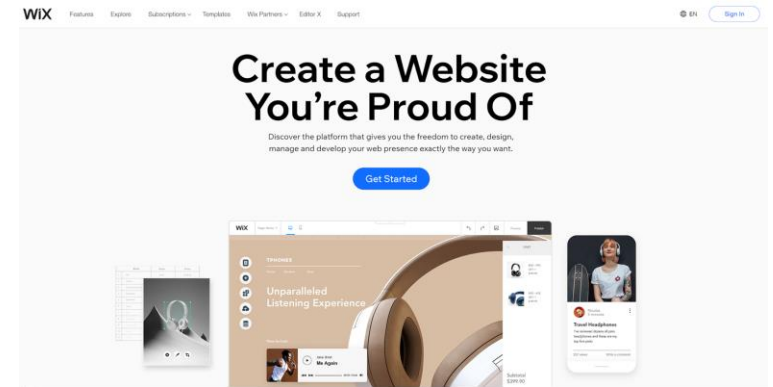
# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

<https://www.weebly.com/>



<https://www.wix.com/>

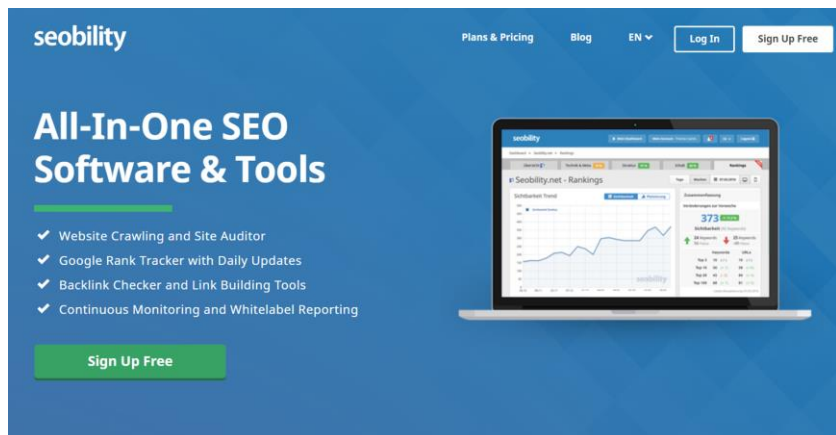


# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.13.- SEO (Search Engine Optimization):

<https://www.seobility.net/>



<https://www.semrush.com/lp/sem/pt/>



# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

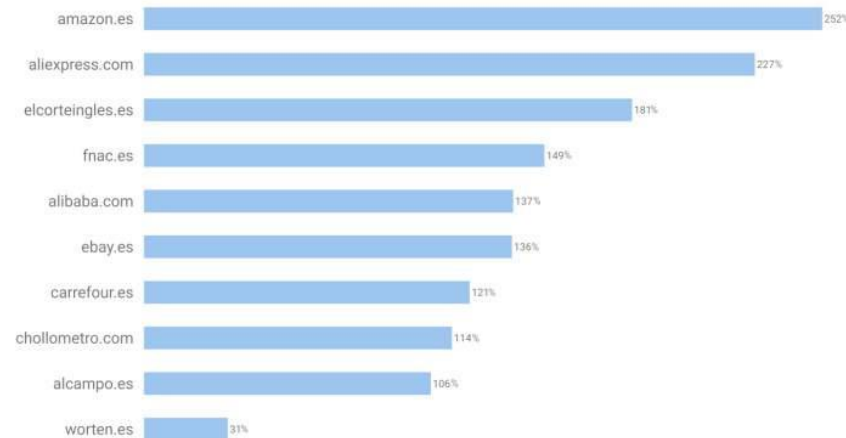
### 12.14.- Marketplaces:

Penetración de los Marketplaces



Crecimiento porcentual del tráfico online de los marketplaces en España

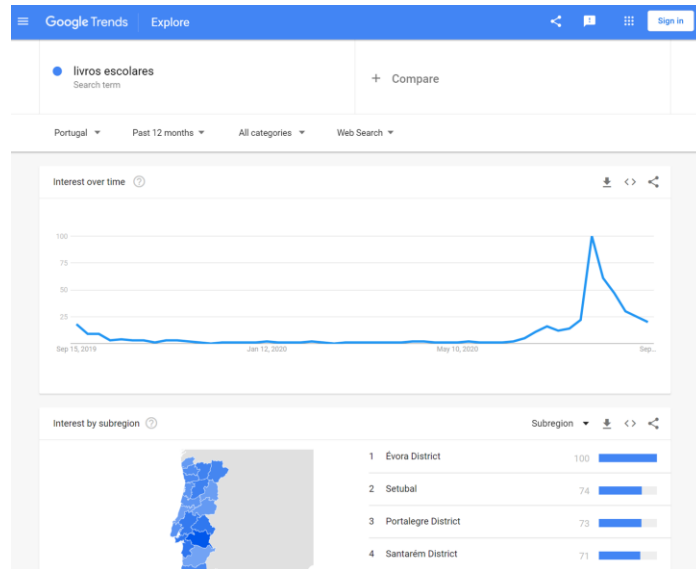
Tasa de crecimiento del tráfico online (enero 2019 - septiembre 2020)



# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.14.- Tendencias y SEM:



Google Ads

Iniciar sessão Começar agora

Vista geral Como funciona Custo Perguntas frequentes Recursos avançados

## Fazer a sua empresa crescer com o Google Ads

Alcance clientes quando estes pesquisarem empresas como a sua na Pesquisa Google e no Maps. Pague apenas pelos resultados, como cliques para o seu Website ou chamadas para a sua empresa.

Começar agora

aulas de dança

Anúncio · ascendancestudio.com

Ascendance - Aulas de dança para crianças

Todas as idades e estilos. Experimente já uma aula grátis

<https://trends.google.es/trends/?geo=ES>

# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.15.- Gestión de contraseñas (Passwords):

<https://pwsafe.org/>

The screenshot shows the Password Safe website homepage. At the top, there are navigation links for 'Home', 'Quickstart Guide', 'Disk-on-Key Versions', 'Two Factor Authentication', 'Latest News', 'Recommendations', 'Non-English Versions', 'Discussion Forum', 'Frequently Asked Questions', 'Documentation', 'Related Projects', 'History', and 'Contact'. The main content area features a heading 'How many passwords do you have to secure?' followed by a list of bullet points: 'Start your safe and simplified digital life', 'Free open source software', 'Installs in minutes on Windows 7 and later', and 'Designed by renowned security technologist Bruce Schneier'. Below this is a screenshot of the Password Safe application interface showing a list of accounts. To the right, there is a section titled 'What actual users are saying about Password Safe:' with several user testimonials. At the bottom, there are links for 'Download' and 'Alternate Mirror', and a 'Popular Clones' section with logos for Google Play, Amazon, and the App Store. A footer contains 'Minor Sites' with links for #1, #2, and #3, and a 'Donate' button.

<https://www.dashlane.com/>

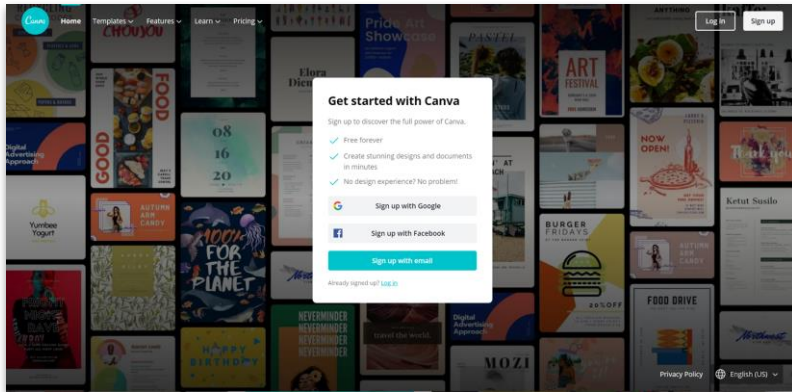
The screenshot shows the Dashlane website homepage. At the top, there are navigation links for 'DASHLANE', 'COMO FUNCIONA', 'PLANOS', 'COMERCIAL', 'SOBRE NOS', 'INICIAR SESSÃO', and 'OBTER A DASHLANE'. The main content area features a large heading 'COLOQUE AS PALAVRAS-PASSE NO SEU LUGAR' and a sub-heading 'Nós tratamos delas por si.'. Below this is a button labeled 'Obter Dashlane'. At the bottom, there is a small text line: 'Nunca vendemos os seus dados. Sempre sem anúncios. Não é necessário nenhum cartão de crédito.'

# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

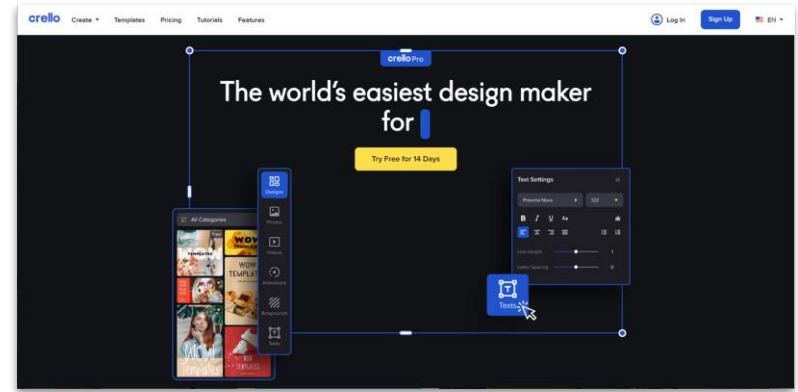
## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.16.- Diseño digital online:

<https://www.canva.com/>



<https://crello.com/>



# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

<https://pixlr.com/>



The screenshot displays the Pixlr website's homepage. At the top, there is a dark navigation bar with the Pixlr logo on the left and links for 'PIXLR X', 'PIXLR E', 'PRECIOS', 'STOCK BY PIXLR', and an orange 'INICIAR SESIÓN' button. A globe icon is also present. The main content area has a light blue background with a photograph of orange slices and ice cubes. A large black banner in the center reads 'EDITOR DE FOTOGRAFIAS' and 'NUEVA GENERACION DE PIXLR'. Below this, a paragraph describes Pixlr as the world's favorite online photo editor, highlighting its AI-powered tools and support for various image formats. On the left side, a vertical toolbar contains various editing tools. At the bottom, two buttons labeled 'PIXLR E' and 'PIXLR X' are visible. A 'Layers' panel on the right shows three layers named 'Orange 1', 'Orange 2', and 'Orange 3'.

PIXLR

PIXLR X   PIXLR E   PRECIOS   STOCK BY PIXLR   INICIAR SESIÓN

# EDITOR DE FOTOGRAFIAS

## NUEVA GENERACION DE PIXLR

Pixlr, the World's Favorite #1 Online Photo Editor lets you edit photos right in your browser for Free. Experience next level, intuitive photo editing with AI-powered tools for quick yet professional edits. Our editor opens almost any image format such as PSD (Photoshop), PXD, JPEG, PNG (transparent), WebP, SVG and more.

PIXLR E

PIXLR X

Layers

- Orange 3
- Orange 2
- Orange 1

# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.17.- Gestión de PDF's, conversión de documentos y reconocimiento de texto:

<https://www.ilovepdf.com/>

The screenshot shows the iLovePDF website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for MERGE PDF, SPLIT PDF, COMPRESS PDF, CONVERT PDF, and ALL PDF TOOLS. Below this is a main heading: "Every tool you need to work with PDFs in one place". Underneath, a sub-heading reads: "Every tool you need to use PDFs at your fingertips. All are 100% FREE and easy to use! Merge, split, compress, convert, rotate, unlock and watermark PDFs with just a few clicks." The main content area features a grid of ten tool cards, each with an icon and a brief description: Merge PDF, Split PDF, Compress PDF, PDF to Word, PDF to Powerpoint, PDF to Excel, Word to PDF, Powerpoint to PDF, Excel to PDF, Edit PDF, PDF to JPG, and JPG to PDF.

<https://www.onlineocr.net/>

The screenshot shows the OnlineOCR website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, ABOUT, KEY FEATURES, OCR WEB SERVICE, BONUS PROGRAM, FAQ, PDF TO WORD, and PDF TO EXCEL. Below this is a large graphic with the text "ONLINE OCR" in a stylized font. The main heading is "FREE ONLINE OCR SERVICE". Below this, it says "Use Optical Character Recognition software online. Service supports 46 languages including Chinese, Japanese and Korean". The next section is "CONVERT SCANNED PDF TO WORD", with the sub-heading "Extract text from PDF and images (JPG, BMP, TIFF, GIF) and convert into editable Word, Excel and Text output formats". Below this is a Google AdSense advertisement. The main content area features a three-step process: 1 STEP - Upload file (with a "Select file..." button), 2 STEP - Select language and output format (with dropdown menus for "ENGLISH" and "Microsoft Word (docx)"), and 3 STEP - Convert (with a "CONVERT" button). Below the process is a note: "Max file size 15 mb.". At the bottom, there are three columns of text: "Use OCR software" (without installation on your computer), "Convert PDF to Word" (Convert text and images from your scanned PDF document into the editable DOC format), and "Free Service" (OnlineOCR.net is a free OCR service in a "Guest mode" without registration).



# 12.- EJEMPLOS DE TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS TIC

## Guía de Transformación Digital *DIGITALIZA TU NEGOCIO*

### 12.18.- Inteligencia de negocio:



- Personality Test.
- DISC Test.
- 16-Personality Test (based on the types of Jung, Myers, & Briggs).
- Enneagram Test.
- Big 5.

The screenshot displays the Crystal software interface. At the top, the Crystal logo is on the left, and navigation links for PROFILE, TEAM, SALES, and HIRING are on the right, along with an UPGRADE button and a notification bell. Below the navigation is a profile card for Hugo Lopes, including a circular profile picture, his name, a "Job Title" link, and a summary: "Hugo tends to be direct, task-focused, fast-paced, and resistant to rigid structures." Three personality tags are shown in rounded boxes: PERSUASIVE, INDEPENDENT, and DETERMINED.

The main content area shows a "DISC" test result. On the left is a sidebar with options: UPGRADE, INSIGHTS, COMPARISON, MEETINGS, Print, Download, Delete, and Tags. The central part of the interface features a circular DISC model with 16 segments. The segments are: Driver, Initiator, Influencer, Motivator, Enthusiast, Teamworker, Collaborator, Supporter, Planner, Stabilizer, Editor, Analyser, Strategic, Questioner, Architect, and Captain. The "Driver" segment is highlighted in red, and a small profile picture of Hugo Lopes is placed in the center of the circle. To the right of the circle, the text reads: "DISC Type Driver (Di) Hugo tends to speak directly and make decisions quickly. He is likely to take charge in a situation and explore worthwhile, effective solutions. His determination and confidence can make him a strong leader." At the bottom of the interface are two buttons: "Map" and "DISC".

endesa

