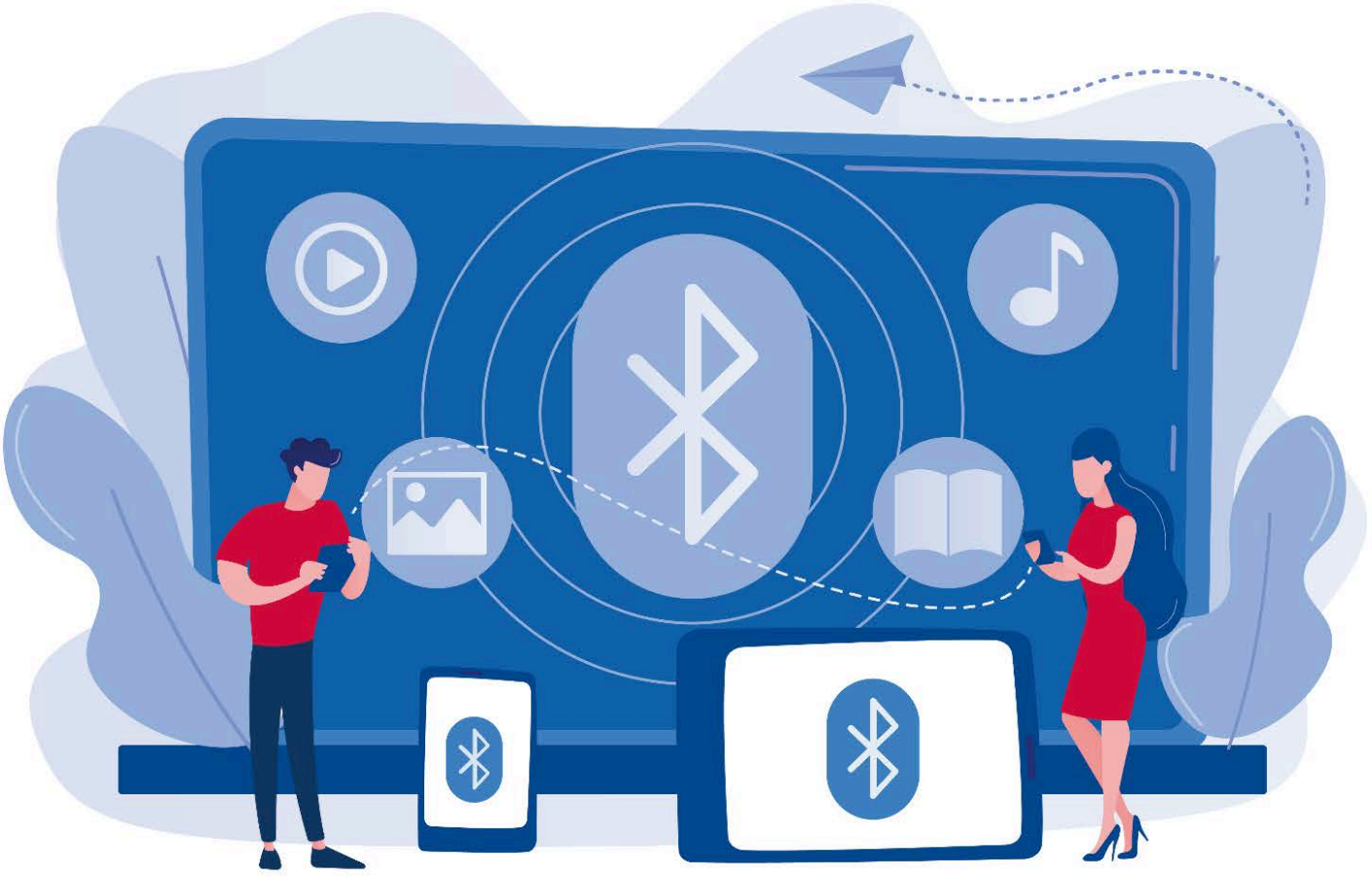
OFICINA Acelera pyme

femepa
FEDERACIÓN PROVINCIAL DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL METAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LAS PALMAS

Manual de Buenas Prácticas para la Transformación Digital en PYMEs



Financiado por la Unión Europea

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

red.es

Fondos Europeos

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

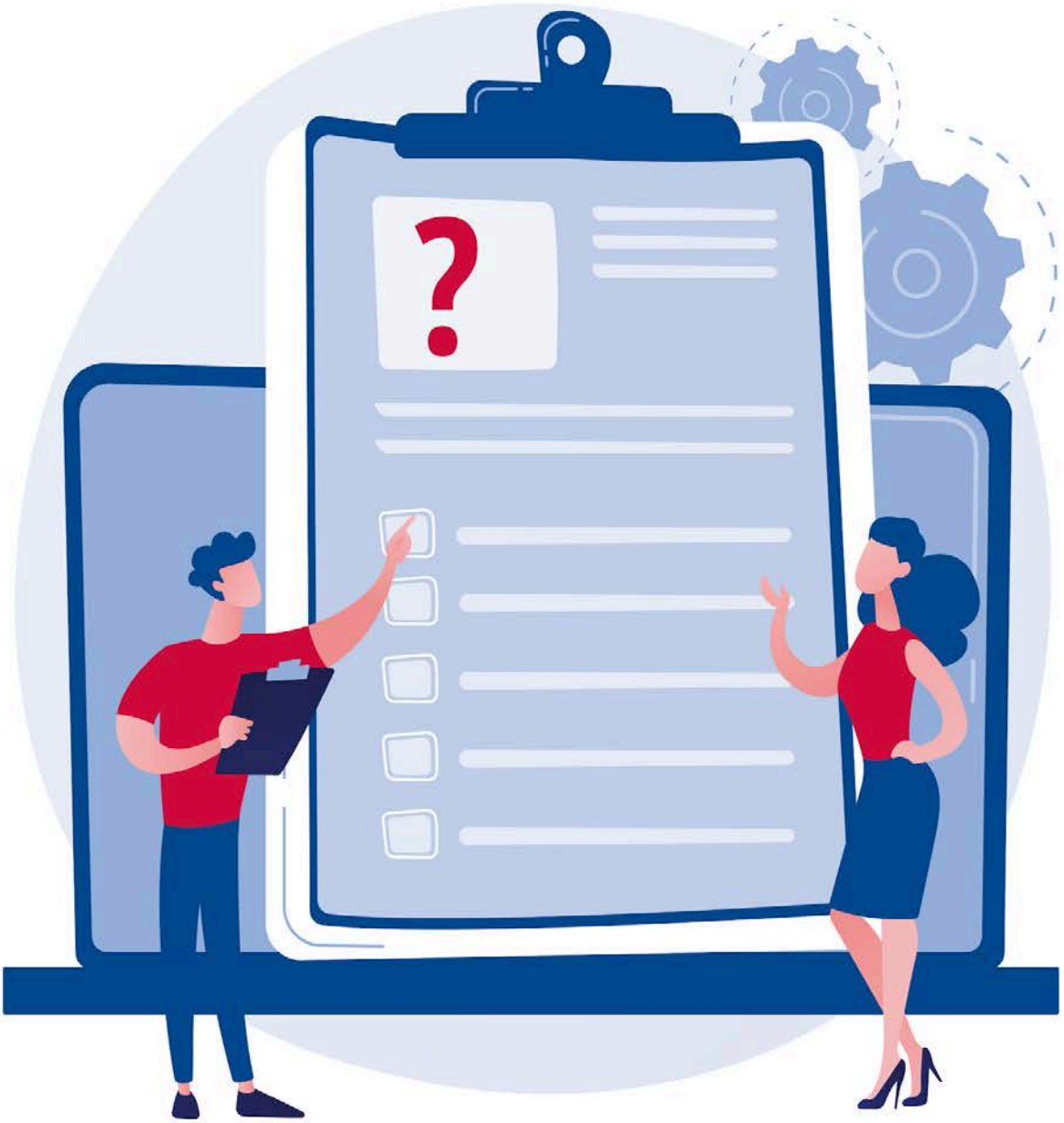
"Europa se siente"

Índice

1. Introducción **5**
1.1. ¿Qué es la transformación digital? 5
1.2. ¿Por qué es relevante para las PYMEs? 6
1.3. Beneficios estratégicos de la transformación digital 7
1.4. Cómo usar este manual 7
2. Diagnóstico digital inicial **10**
2.1. ¿Cómo evaluar el nivel de madurez digital? 10
2.2. Herramientas de autodiagnóstico 12
2.3. Identificación de áreas clave 13
3. Estrategia y cultura digital **19**
3.1. Liderazgo y compromiso: el rol del equipo directivo 20
3.2. Cómo alinear la digitalización con los objetivos del negocio 20
3.3. Fomento de la cultura digital y el cambio organizacional 22
3.4. Ejemplos de visión y misión digital adaptadas a PYMEs 23
4. Digitalización de procesos internos **26**
4.1. Automatización de tareas repetitivas (ERP, RPA, IA) 27
4.2 Gestión digital de proyectos y tareas 30
4.3. Digitalización documental y gestión de archivos 31
4.4. Buenas prácticas en la gestión del cambio operativo 32
5. Relación con clientes y canales digitales **35**
5.1. CRM y atención al cliente multicanal 36
5.2 Estrategia digital de marketing y redes sociales 39
5.3 Comercio electrónico: claves para lanzar o escalar una tienda online 43
5.4 Experiencia de usuario (UX) como ventaja competitiva 47
6. Ciberseguridad y protección de datos **50**
6.1. Principios básicos de ciberseguridad para PYMEs 51
6.2. Amenazas digitales más comunes 55
6.3. Medidas prácticas de protección 57
6.4. Cumplimiento normativo: el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) 63
6.5. Protocolo ante ciberataques: plan de respuesta a incidentes 64

7. Personas y competencias digitales **65**
7.1. Cómo identificar brechas de competencias en el equipo 68
7.2. Planes de formación y reciclaje digital 69
7.3. Fomento del intraemprendimiento digital 70
7.4. Buenas prácticas de comunicación interna en entornos híbridos 71
8. Tecnologías clave para PYMEs **72**
8.1. Herramientas en la nube: colaboración, ofimática y almacenamiento 74
8.2. Herramientas para la gestión y análisis inteligente de datos 75
8.3. Plataformas de automatización de tareas 77
8.4. Inteligencia Artificial aplicada al negocio 78
8.5. Casos de uso por sectores 80
9. Seguimiento y mejora continua **82**
9.1. Indicadores de éxito (KPI) en transformación digital 83
9.2. Cómo medir el impacto en procesos, clientes y equipo 84
9.3. Metodologías ágiles aplicadas a la innovación 85
9.4. Cuadro de mando digital 86
10. Anexos **89**
10.1. Glosario de términos digitales 89
10.2. Recursos y ayudas públicas 97
10.3 Casos de éxito de PYMEs digitalizadas 99
10.4 Guía rápida de digitalización para micropymes y autónomos 106

01.
Introducción



1. Introducción

1.1. ¿Qué es la transformación digital?

La transformación digital no consiste únicamente en incorporar nuevas tecnologías. Es un **proceso estratégico y cultural** que permite a las organizaciones reinventar la forma en que operan, se relacionan con sus clientes y generan valor en un entorno cada vez más digitalizado.

Para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), transformarse digitalmente implica integrar herramientas digitales en sus procesos diarios, mejorar la toma de decisiones con datos, automatizar tareas repetitivas y adaptarse con agilidad a los cambios del mercado. Pero sobre todo, significa adoptar una mentalidad abierta al aprendizaje, la innovación y la mejora continua.

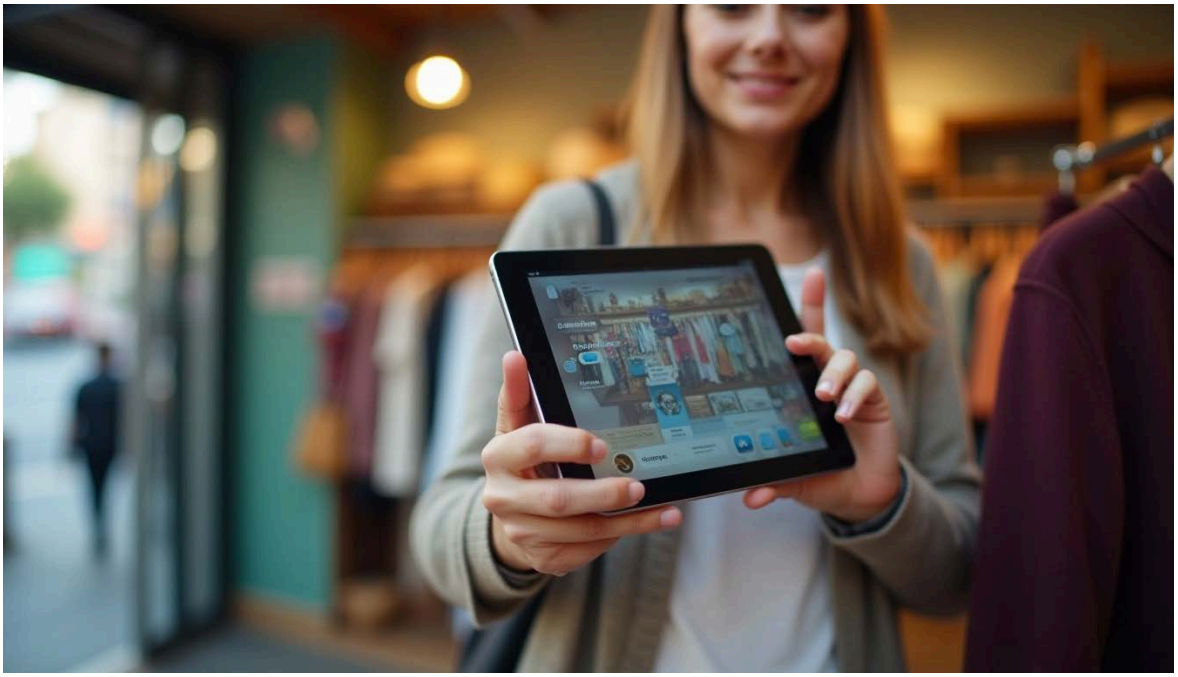
1.2. ¿Por qué es relevante para las PYMEs?

En un contexto donde los hábitos de consumo, la competencia y los modelos de negocio evolucionan a gran velocidad, la transformación digital ya no es una opción: es una necesidad para la supervivencia y el crecimiento.

Las PYMES se enfrentan a desafíos como bajos márgenes de rentabilidad, limitaciones de personal y tiempo, una mayor exigencia por parte de los clientes, y nuevas regulaciones y riesgos, incluyendo la ciberseguridad.

Ante este panorama, digitalizarse les permite competir en mejores condiciones, ofrecer un servicio más ágil y personalizado, reducir errores operativos y generar una propuesta de valor más sólida.

Además, hoy existen herramientas asequibles, formación disponible y programas públicos de apoyo que facilitan esta transición, incluso para empresas sin experiencia previa en tecnología.



1.3. Beneficios estratégicos de la transformación digital

Adoptar una estrategia de transformación digital puede generar ventajas significativas para una PYME. Entre los beneficios más destacados se encuentran:

- **Mejora de la eficiencia operativa:** Automatizar tareas reduce tiempos y errores.
- **Mayor visibilidad y alcance comercial:** Presencia digital y canales online para captar nuevos clientes.
- **Mejor toma de decisiones:** Uso de datos para analizar el desempeño y ajustar estrategias.
- **Fortalecimiento del equipo humano:** Capacitación digital y entornos de trabajo más colaborativos.
- **Adaptabilidad al cambio:** Capacidad para responder rápido ante nuevas demandas o crisis.

RECOMENDACIÓN CLAVE
No es necesario transformarlo todo de golpe. Las PYMEs pueden avanzar paso a paso, priorizando las áreas donde la digitalización puede tener mayor impacto inmediato.

1.4. Cómo usar este manual

Este manual ha sido diseñado como una guía práctica, accesible y adaptada a la realidad de las PYMEs. Puedes utilizarlo de diferentes formas, según tus necesidades:

- **Lectura completa, paso a paso,** si estás comenzando tu proceso de transformación.

- **Consulta por secciones específicas,** si ya tienes avances y buscas mejorar un área concreta (por ejemplo, marketing digital o automatización).
- **Como herramienta de reflexión estratégica,** para alinear la digitalización con los objetivos generales de tu empresa.
- **Como recurso formativo,** para sensibilizar y formar a tu equipo en competencias digitales clave.

Cada capítulo incluye conceptos explicados con claridad, buenas prácticas y recomendaciones aplicables. Además, encontrarás cuadros de resumen, plantillas y recursos que podrás adaptar fácilmente a tu negocio.

Este es un manual para hacer, no solo para leer. Nuestro objetivo es acompañarte en el camino hacia una PYME más digital, más eficiente y más competitiva.

CONSEJO PRÁCTICO

Empieza por el capítulo de diagnóstico digital inicial para identificar dónde estás y qué prioridades pueden ayudarte a avanzar.

La transformación digital no es el destino: es el camino hacia un negocio más fuerte, más ágil y más conectado con el presente.

Este manual es tu mapa. ¡Empecemos!

02.

Diagnóstico digital inicial

2. Diagnóstico digital inicial

Antes de emprender cualquier acción de transformación digital, es fundamental **entender desde qué punto parte la empresa**. Un buen diagnóstico permite establecer prioridades, detectar oportunidades y planificar de forma más eficiente los recursos y acciones.

Este apartado ofrece una guía práctica para que cualquier PYME pueda evaluar su situación actual, utilizando herramientas sencillas y centrando la atención en las áreas clave del negocio.

2.1. ¿Cómo evaluar el nivel de madurez digital?

La madurez digital refleja el grado de integración y aprovechamiento de las tecnologías digitales en la empresa. No se trata solo de tener herramientas digitales, sino de usarlas estratégicamente para mejorar procesos, conectar con los clientes y empoderar a los equipos.

Niveles de madurez digital:

Nivel	Descripción
1. Inicial	Uso mínimo de tecnología. Procesos manuales. Escasa cultura digital.
2. Básico	Se utilizan herramientas digitales aisladas (correo, redes sociales, Excel).
3. Intermedio	Hay procesos digitalizados, uso de software de gestión, web activa.
4. Avanzado	Integración de sistemas, cultura digital consolidada, decisiones basadas en datos.
5. Líder digital	Innovación continua, uso de IA, automatización, modelos de negocio digitales.

RECOMENDACIÓN CLAVE
Utiliza este marco para hacer una autoevaluación honesta. No se trata de "sacar nota", sino de saber desde dónde avanzar.

2.2. Herramientas de autodiagnóstico

Existen diversas herramientas gratuitas y accesibles que ayudan a realizar un diagnóstico inicial de la madurez digital.

a) Checklists básicos

Puedes empezar con un listado de preguntas tipo “sí/no” agrupadas por áreas clave:

Ejemplo de ítems en una checklist:

- ¿Tienes página web optimizada para móviles?
- ¿Gestionas tus clientes con algún CRM?
- ¿Tu equipo usa herramientas de colaboración en la nube?
- ¿Tienes definida una estrategia en redes sociales?
- ¿Realizas copias de seguridad automáticas?

RECOMENDACIÓN CLAVE
Se recomienda usar una checklist con entre 20 y 30 ítems para una primera foto general.

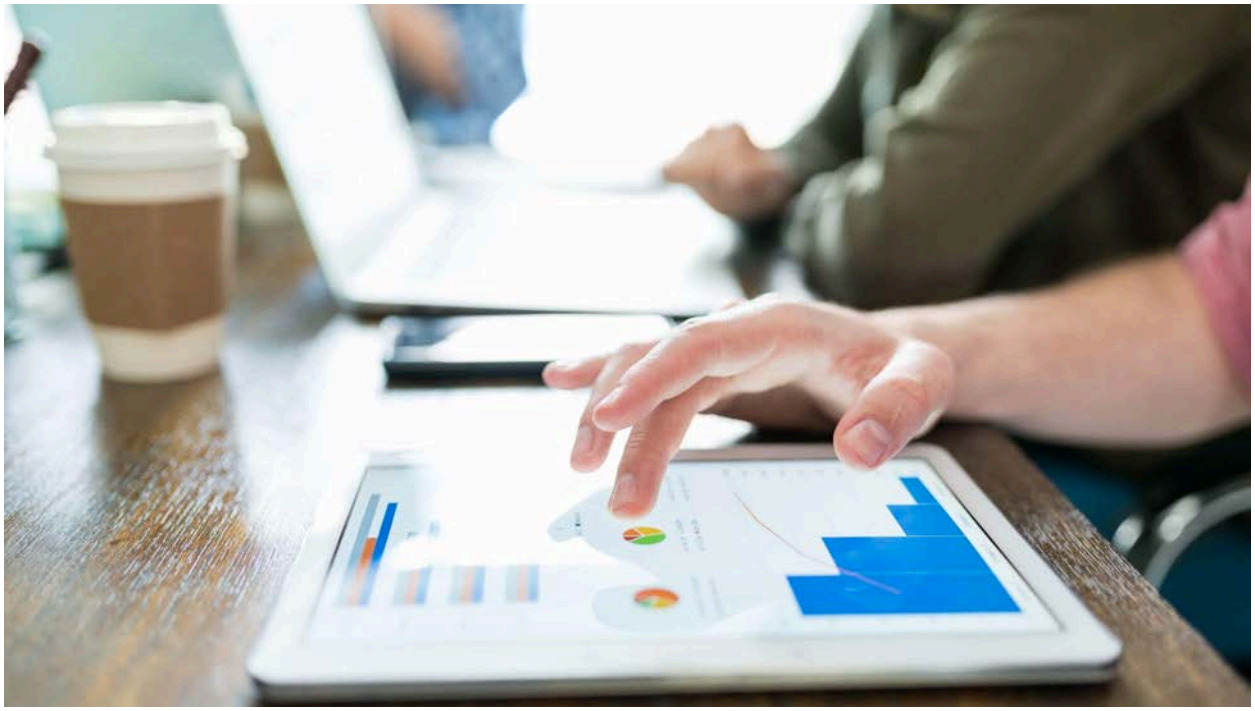
b) Test y plataformas online

Algunas plataformas útiles para el diagnóstico:

- Herramienta de autodiagnóstico del nivel de madurez digital (FEMEPA)
- Autodiagnóstico Acelera PYME (Red.es)
- Herramienta de Madurez Digital del Ministerio de Industria
- Test de Diagnóstico del Programa Kit Digital
- Digital Maturity Assessment Tool (Google, en inglés)

Buenas prácticas

- Comparte los resultados con tu equipo.
  Guarda una copia del diagnóstico para compararla con futuras evaluaciones.



2.3. Identificación de áreas clave

Para que el diagnóstico sea útil, hay que observar no solo la tecnología, sino cómo impacta en las cuatro dimensiones esenciales del negocio: los procesos, los clientes, las personas y la tecnología.

a) Procesos

Evalúa cómo se realizan las tareas diarias: ¿manual o automatizado?, ¿duplicas información?, ¿se usan herramientas colaborativas?

EJEMPLO
Una empresa de reformas que sigue haciendo presupuestos a mano puede digitalizar este proceso con una herramienta sencilla tipo Excel con plantillas o software de presupuestos.

b) Clientes

¿Tienes un registro claro de tus clientes? ¿Les envías información periódica? ¿Tu canal digital (web/redes) genera ventas o contactos?

EJEMPLO
Una tienda local puede detectar que no responde a los mensajes de Instagram, perdiendo oportunidades de venta.

c) Personas

¿Tu equipo sabe usar las herramientas digitales? ¿Hay formación continua? ¿Hay resistencia al cambio?

EJEMPLO
Un restaurante que digitaliza su carta pero el equipo no sabe actualizarla, genera frustración y pérdida de autonomía.

d) Tecnología

¿Están tus dispositivos actualizados? ¿Tienes software original? ¿Se hacen copias de seguridad automáticas?

EJEMPLO
Una clínica que sigue usando ordenadores obsoletos tiene riesgos de seguridad y baja productividad.

Realizar un diagnóstico digital inicial no requiere grandes conocimientos técnicos ni inversión. Lo importante es:

- Dedicarse un tiempo para reflexionar sobre el estado actual.
- Implicar a las personas clave de la empresa.
- Registrar los resultados para poder comparar avances en el futuro.

RECOMENDACIÓN CLAVE
Haz este diagnóstico cada 6 - 12 meses para seguir mejorando. La transformación digital no es un destino, sino un proceso.

Ejemplo de hoja de ruta

Área	Diagnóstico actual	Prioridad	Próxima acción	Responsable	Fecha
Procesos	Ej. Muy manual	Alta	Buscar herramienta de gestión	Marta	15/06
Clientes	Buen uso RRSS, sin CRM	Media	Explorar CRM gratuito	Juan	30/06
Personas	Sin formación reciente	Alta	Plan de formación básica	Ana	01/07

Mi hoja de ruta inicial

(plantilla para rellenar)

Área	Diagnóstico actual	Prioridad	Próxima acción	Responsable	Fecha

03.

Estrategia y cultura digital

3. Estrategia y cultura digital

La transformación digital implica repensar la forma en que se trabaja, se toman decisiones y se genera valor en el entorno actual, y comienza con una **visión clara y con el compromiso del equipo directivo**. Para que una organización avance en este camino, resulta fundamental integrar la digitalización dentro de la estrategia general del negocio y promover una cultura a todos los niveles orientada al aprendizaje, la colaboración y la adaptación al cambio.

Este capítulo explora cómo definir una estrategia digital alineada con los objetivos empresariales, el papel del liderazgo en este proceso y las claves para construir una cultura que facilite la evolución constante.

3.1. Liderazgo y compromiso: el rol del equipo directivo

La transformación digital empieza en el equipo directivo. Su implicación es clave para orientar, movilizar recursos y generar confianza en todo el proceso. Con una dirección involucrada de forma activa, el cambio gana coherencia y legitimidad. Su participación ayuda a superar inercias y alinear los esfuerzos con los objetivos estratégicos.

Buenas prácticas a poner en marcha por el equipo directivo:

- **Hazlo prioridad:** Incluye la digitalización en el plan estratégico.
- **Explica el porqué:** Comunica beneficios claros del cambio digital.
- **Da ejemplo:** Usa herramientas digitales en la gestión diaria.
- **Apoya al equipo:** Identifica y respalda a personas clave que lideren desde dentro.

RECOMENDACIÓN CLAVE
El liderazgo digital empieza en la cima: si no se lidera desde arriba, no se transforma desde dentro.

3.2. Cómo alinear la digitalización con los objetivos del negocio

Cada acción digital debe responder a una necesidad real de la empresa. Para que la transformación tenga impacto, es necesario vincularla con metas claras: mejorar la eficiencia, reducir errores, aumentar ventas o adaptarse mejor al mercado. Esto evita decisiones improvisadas y permite priorizar lo que aporta más valor.

- **Relaciona cada decisión digital con un resultado deseado**: Asocia herramientas o procesos con objetivos específicos, como aumentar la eficiencia en ventas, mejorar la trazabilidad de pedidos o resolver incidencias en menor tiempo.
- **Antes de incorporar cualquier herramienta, define en una frase qué objetivo de negocio ayudará a alcanzar**. Si no puedes hacerlo, quizá sea mejor replantear la decisión.
- **Prioriza según impacto y viabilidad**: Comienza por los cambios que puedan aplicarse con rapidez y generen mejoras visibles.
- **Define indicadores de éxito**: Establece métricas que permitan saber si las acciones están funcionando: tiempos, costes, satisfacción del cliente, volumen de incidencias resueltas...
- **Revisa que las soluciones digitales encajen con el modelo de negocio**: La tecnología debe adaptarse a la realidad de la empresa y al perfil de sus clientes.
- **Escucha al equipo y al entorno**: Quienes están en contacto con los procesos o con los clientes pueden aportar ideas valiosas para detectar necesidades y ajustar las soluciones.

CONSEJO PRÁCTICO

Antes de implantar una nueva solución tecnológica, formula esta frase: *'Esta herramienta nos ayudará a ____'*. Si no puedes completarla con claridad, reevalúa tu decisión.

3.3. Fomento de la cultura digital y el cambio organizacional

La tecnología por sí sola no transforma una organización y sus procesos. El cambio se produce cuando las personas adoptan nuevas formas de trabajar, colaborar y resolver problemas. Para avanzar en la digitalización, es necesario generar una cultura favorable al aprendizaje, la mejora continua y la adaptación.

Promover una cultura digital no exige grandes discursos, sino prácticas constantes que refuercen la actitud proactiva, la curiosidad y la confianza en los procesos de cambio.

- Explica cada cambio con claridad y propósito.
- Celebra logros, aunque sean pequeños.
- Crea espacios para compartir aprendizajes (reuniones breves, foros internos).

- Normaliza el error como parte del aprendizaje.
- Predica con el ejemplo desde los puestos de responsabilidad.

RECOMENDACIÓN CLAVE
La cultura digital no se impone, se cultiva.

3.4. Ejemplos de visión y misión digital adaptadas a PYMEs

Tener una visión y una misión claras ayuda a orientar el proceso de transformación digital. Estos enunciados sirven como guía para tomar decisiones coherentes, implicar al equipo y comunicar hacia dónde se quiere avanzar. No hace falta que sean largos ni técnicos; lo importante es que reflejen la identidad de la empresa y su propósito en un entorno digital.

Una visión proyecta el futuro deseado. Una misión describe el compromiso diario para alcanzarlo.

CONSEJO PRÁCTICO
No necesitas frases largas ni técnicas. Sólo que conecten con la identidad de tu empresa.

Ejemplos por sector

- *Comercio minorista*
  Visión: Ser una tienda accesible desde cualquier lugar, abierta todo el año gracias a los canales digitales.
  Misión: Unir atención personalizada con herramientas que faciliten la compra online.

- *Servicios profesionales*
  Visión: Asesoría moderna que anticipa necesidades gracias a los datos.
  Misión: Agilizar trámites y ofrecer soluciones claras con herramientas digitales.

- *Industria o manufactura*
  Visión: Procesos más eficientes y sostenibles mediante digitalización progresiva.
  Misión: Optimizar pedidos y logística con tecnología asumible por el equipo.

- *Servicios técnicos*
  Visión: Ser la opción preferida por ofrecer soluciones rápidas y fiables.
  Misión: Simplificar la relación con clientes con herramientas de solicitud y seguimiento online.

04.
Digitalización y procesos internos

4. Digitalización de procesos internos

Digitalizar procesos internos permite trabajar con **mayor eficiencia, reducir errores y dedicar más tiempo a tareas estratégicas**. Nos obliga a repensar cómo se ejecutan las tareas del día a día para simplificarlas, automatizarlas o hacerlas más colaborativas, en un campo donde incluso pequeños cambios bien dirigidos pueden generar mejoras significativas en productividad y control.

Este capítulo explora distintas formas de optimizar los procesos internos mediante soluciones como ERP, automatización robótica o inteligencia artificial, así como la gestión digital de tareas y documentación.

4.1. Automatización de tareas repetitivas (ERP, RPA, IA)

Automatizar tareas repetitivas permite liberar tiempo, reducir errores y centrarse en actividades de mayor valor. Las distintas tecnologías que facilitan este proceso aportan distintos beneficios, y la elección de una u otra, o una combinación de varias, dependerá del tipo de tarea, el grado de variabilidad y el impacto esperado.

ERP: una visión unificada de los procesos

Los ERP (*Enterprise Resource Planning*) permiten integrar distintas áreas (ventas, compras, inventario, contabilidad…) en un único sistema, mejorando la trazabilidad y reduciendo duplicidades.

Es una de las aplicaciones más importantes a incluir en el proceso de Transformación Digital. Aquí van algunos consejos clave para considerar la implantación de un ERP en tu empresa:

- Revisa primero tus procesos: no digitalices el caos.
- Comienza por los módulos esenciales.
- Evita configuraciones complejas al inicio.
- Designa una persona interna que conozca bien el sistema.
- Planifica la migración de datos con tiempo.
- Acompaña la implantación con formación y soporte interno.

RECOMENDACIÓN CLAVE
Antes de implantar el ERP, haz un mapa de procesos actual. Te evitará errores costosos.

Entre los sistemas ERP más conocidos y utilizados se encuentran Odoo, Holded, SAP Business One, Microsoft Dynamics 365 y Dolibarr. Estas soluciones ayudan a mejorar la eficiencia operativa, automatizar procesos y obtener una visión global del negocio en tiempo real, adaptándose a distintos tamaños y sectores de empresa.

RPA (Automatización Robótica de Procesos)

La RPA permite automatizar tareas digitales repetitivas mediante "robots" de software que simulan la interacción humana con las aplicaciones. Es especialmente útil en procesos administrativos que siguen siempre unas mismas reglas claras y no requieren interpretación humana.

Buenas prácticas para la automatización de procesos:

- Automatiza tareas simples y repetitivas.
- Define reglas claras y documenta cada paso.
- Valida los resultados con controles humanos.
- Mide el éxito con indicadores concretos (ahorro de tiempo, reducción de errores…).

EJEMPLO

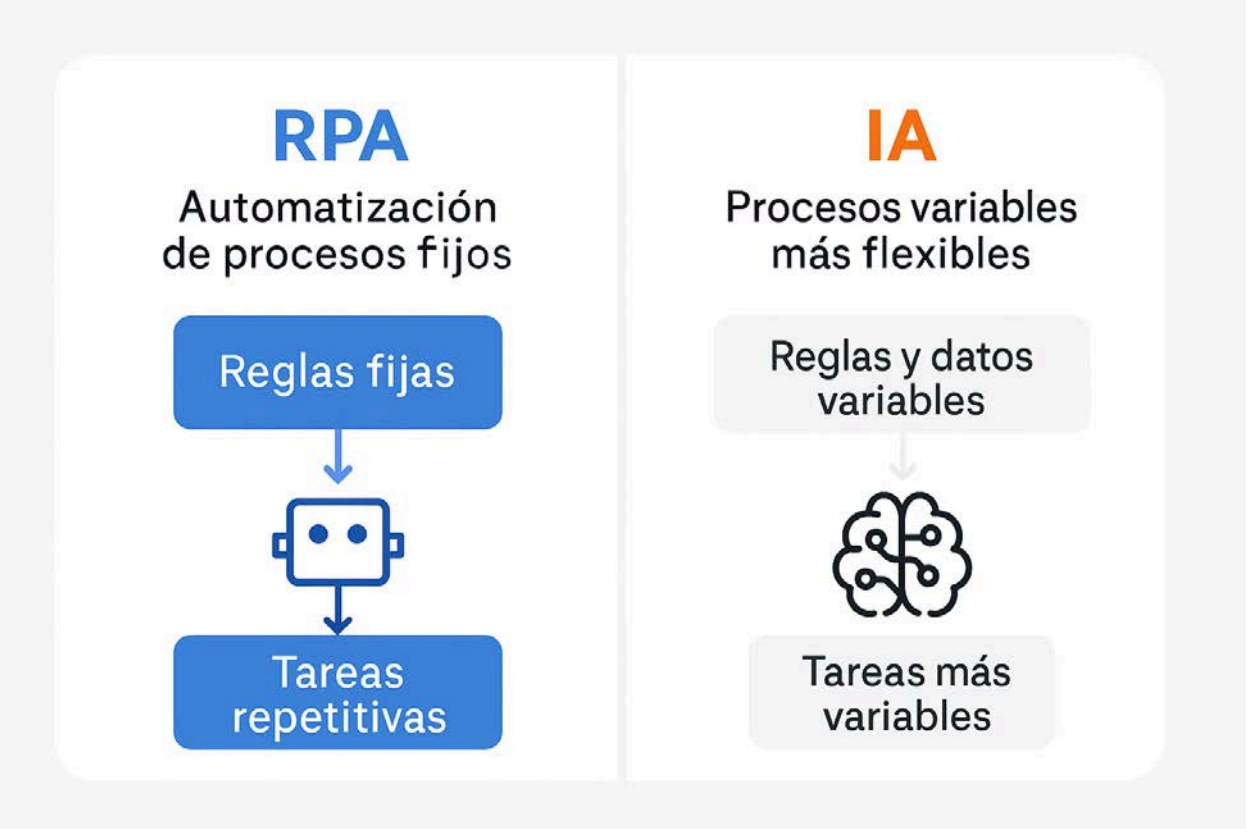
Una empresa de servicios técnicos recibe decenas de partes de trabajo cada día en PDF. Un robot RPA lee automáticamente cada archivo, extrae la información del cliente, fecha y tipo de intervención, y la introduce en el sistema de gestión para su facturación. Esto ahorra más de 3 horas diarias al personal administrativo.

IA para la automatización inteligente

A diferencia de la RPA, que automatiza tareas basadas en reglas fijas, la IA permite automatizar tareas que requieren cierto nivel de interpretación, predicción o clasificación (por ejemplo, responder correos, interpretar formularios escaneados o clasificar mensajes por tema).

Algunos consejos prácticos:

- Utilízala cuando las reglas fijas no basten.
- Prueba en pequeño antes de ampliar.
- Mantén supervisión humana en tareas críticas.
- Empieza con funciones de IA ya integradas en herramientas que uses.



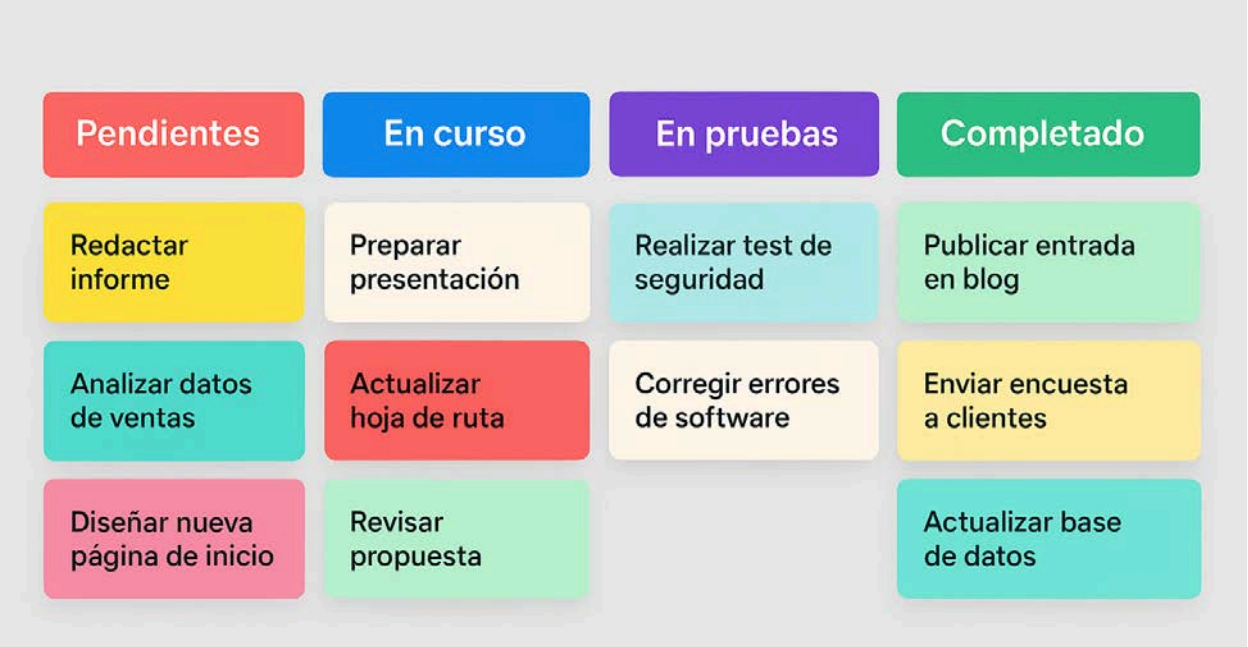
4.2 Gestión digital de proyectos y tareas

Las herramientas digitales de gestión de proyectos y tareas permiten visualizar el estado del trabajo, asignar responsabilidades, establecer prioridades y coordinar mejor al equipo, especialmente en entornos con equipos distribuidos.

Más allá de la herramienta elegida, lo importante es establecer una forma de trabajo común, adaptada al tamaño de la empresa y al tipo de tareas habituales. La digitalización de la gestión no debe complicar el trabajo y convertirse en otra tarea pesada, sino hacerlo más previsible, ordenado y colaborativo.

Claves prácticas para trabajar con este tipo de herramientas:

- Empieza con herramientas simples tipo Kanban.
- Asigna responsables y fechas a cada tarea.
- Evita duplicar herramientas y centraliza la gestión.
- Revisa avances con frecuencia.
- Involucra a todo el equipo con formación y reglas claras.



Algunas de las herramientas de gestión de proyectos y tareas más conocidas y utilizadas por empresas de todos los tamaños son Trello, Asana, Notion, ClickUp, Monday.com y Microsoft Planner. Estas plataformas ofrecen tableros visuales, calendarios, seguimiento de tareas y espacios compartidos, lo que facilita la coordinación del trabajo diario, especialmente en equipos distribuidos o con múltiples proyectos en marcha.

4.3. Digitalización documental y gestión de archivos

Una buena gestión documental agiliza el acceso a la información: reduce errores, evita duplicidades y facilita el trabajo en equipo. En vez de depender de carpetas físicas o documentos dispersos, permite establecer un sistema común y controlado para organizar toda la documentación clave de la organización.

La clave está en convertir los documentos en recursos fácilmente localizables, actualizados y seguros, sin depender de la memoria individual o de dónde se guardó "la última versión". Esto no solo mejora la eficiencia, sino que también refuerza el cumplimiento normativo y la seguridad de la información.

Recomendaciones básicas para emprender la digitalización documental y la gestión de archivos:

- Organiza carpetas por función (clientes, facturas, RRHH…).
- Usa nombres consistentes y claros para los archivos.
- Trabaja en un repositorio único con control de versiones.
- Limita los accesos según la necesidad del puesto.
- Haz copias de seguridad y define plazos de conservación.
- Evita formatos cerrados o poco interoperables.

4.4. Buenas prácticas en la gestión del cambio operativo

La implantación de nuevas herramientas o procesos digitales implica alterar rutinas, hábitos y formas de trabajar. Si el cambio se impone sin planificación ni acompañamiento, es fácil que surjan resistencias o que las soluciones adoptadas se usen mal —o se abandonen—. Para que la digitalización tenga impacto real, hay que gestionarla también como un proceso humano y organizativo, no solo técnico.

- **Involucra al equipo desde el principio**: Escucha a quienes realizan las tareas diariamente. Sus aportaciones ayudan a detectar necesidades reales y a mejorar la aceptación del cambio.

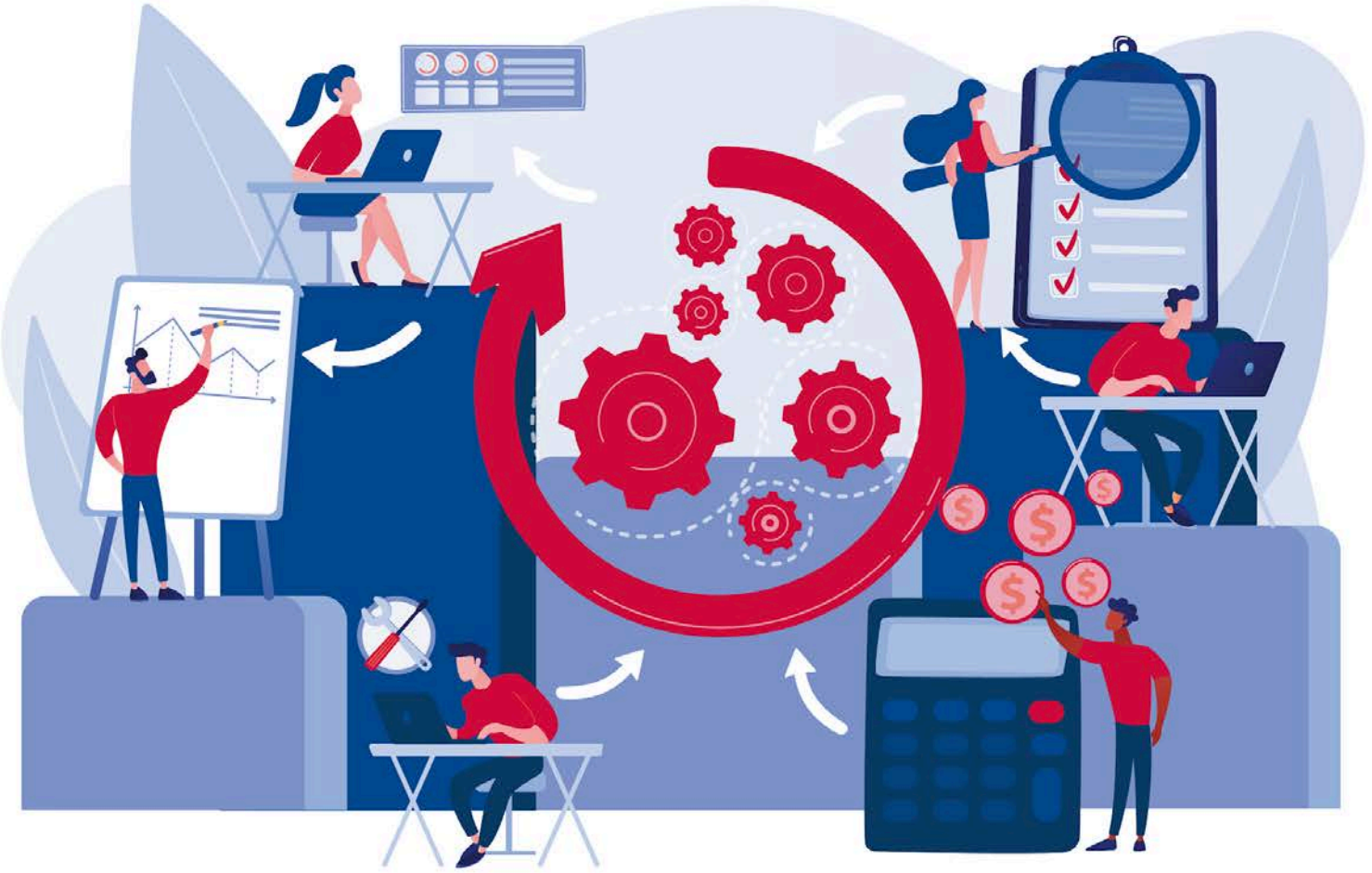
- **Explica el “para qué” antes del “cómo”**: Comunica el propósito del cambio y los beneficios esperados. Entender el valor práctico es esencial para lograr compromiso.
- **Aplica los cambios de forma progresiva**: Evita transformaciones radicales. Introduce mejoras asumibles, valídalas y consolida lo aprendido antes de avanzar.
- **Asigna personas referentes por área**: Contar con figuras internas que den apoyo y canalicen incidencias mejora la comunicación y reduce el rechazo.
- **Ofrece formación contextualizada**: Enseña el uso de nuevas herramientas aplicándolas a casos reales. La formación genérica rara vez tiene impacto.
- **Acompaña el proceso durante las primeras semanas**: Establece un periodo de seguimiento activo para resolver dudas y ajustar procedimientos sobre la marcha.
- **Mide el impacto de los cambios**: Identifica y usa indicadores concretos (tiempos, errores, satisfacción…) para evaluar los resultados e identificar mejoras.
- **Reconoce el esfuerzo de adaptación**: Agradecer y visibilizar la implicación del equipo refuerza una cultura abierta al cambio.
- **Documenta los nuevos procesos**: Deja por escrito cómo deben hacerse las tareas con el nuevo sistema. Esto facilita el aprendizaje, la autonomía y la mejora continua.

RECOMENDACIÓN CLAVE

Lo importante no es digitalizar más, sino organizar mejor lo que ya tienes.

05.

Relación con clientes y canales digitales



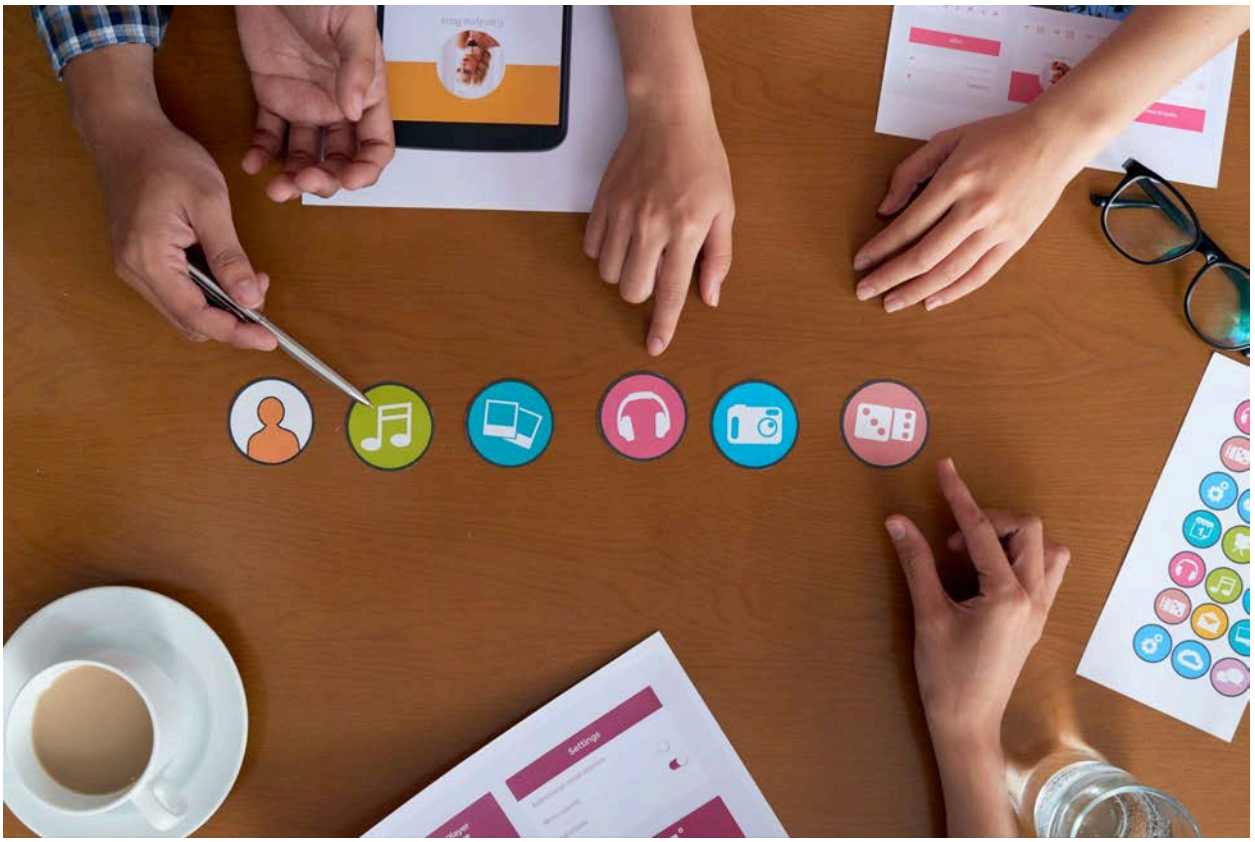
5. Relación con clientes y canales digitales

La relación con los clientes es uno de los pilares de la transformación digital de una organización. Los clientes esperan respuestas rápidas, trato personalizado y experiencias fluidas en todos los puntos de contacto, ya sea en redes sociales, por correo electrónico, en una tienda online o desde el móvil.

La digitalización permite mejorar esa relación mediante herramientas que ayudan a conocer mejor al cliente, automatizar tareas, ofrecer atención multicanal, lanzar campañas más efectivas y optimizar cada interacción. Pero para que todo ello funcione, es necesario tener una estrategia clara, bien alineada con los objetivos del negocio y centrada en aportar valor real al cliente.

5.1. CRM y atención al cliente multicanal

Un CRM (*Customer Relationship Management*) no es solo una agenda digital, sino una herramienta estratégica que permite seguir el ciclo de vida del cliente, desde el primer contacto hasta su fidelización. Su utilidad se multiplica cuando se integra con una estrategia de atención multicanal, que permite responder ágilmente y con coherencia a los clientes sin importar el canal desde el que contacten.



CRM: más que una agenda, una herramienta estratégica

- **Registra interacciones clave** (llamadas, correos, presupuestos…) para mejorar el seguimiento comercial.
- **Automatiza tareas rutinarias:** recordatorios, envíos, segmentación…
- **Utiliza el CRM como base para personalizar el trato y anticipar necesidades.**
- **Segmenta tu base de datos:** No todos los clientes tienen el mismo valor ni las mismas necesidades. Crea grupos según comportamiento, compras o intereses.
- **Define un protocolo claro de entrada y mantenimiento de datos:** El CRM debe reflejar la realidad; para eso, la información debe estar bien estructurada, limpia, actualizada y bien clasificada.
- **Conecta el CRM con otros sistemas (web, email marketing, facturación...):** Así se evitan duplicidades y se mejora la eficiencia operativa.
- **Involucra al equipo:** su valor depende de que todos lo utilicen correctamente.

EJEMPLO

Si cada miembro del equipo gestiona sus contactos por su cuenta —uno en una libreta, otro en Excel y otro solo en su cabeza—, no hay CRM que valga. El sistema puede ser muy completo, pero sin una cultura común de uso y sin datos centralizados y actualizados, no sirve para tomar decisiones, hacer seguimiento ni ofrecer una buena atención. El valor del CRM está en que todos lo alimenten y lo consulten como herramienta compartida.

Existen múltiples CRM que ayudan a gestionar clientes, automatizar procesos comerciales y centralizar la información de contacto. Algunas de las más conocidas y

utilizadas son HubSpot, Zoho CRM, Pipedrive, Salesforce y Brevo. Estas plataformas permiten registrar interacciones, segmentar clientes, crear embudos de ventas personalizados y mejorar la eficiencia comercial, desde pequeñas empresas hasta equipos más grandes.

Atención al cliente multicanal

Los clientes quieren contactar con la empresa desde el canal que les resulte más cómodo —teléfono, email, redes sociales, chat o mensajería instantánea— y recibir una respuesta ágil y eficaz. Las herramientas digitales permiten centralizar estos canales y gestionar la atención de forma coherente, evitando errores o duplicidades.

- **Define qué canales vas a atender y con qué nivel de servicio:** No todos los canales requieren la misma inmediatez, pero sí una respuesta clara y bien coordinada.
- **Centraliza las comunicaciones en una única bandeja o sistema:** Evita perder mensajes importantes al tener múltiples canales dispersos.
- **Establece criterios para priorizar respuestas:** Por urgencia, cliente estratégico o fase del proceso comercial.
- **Documenta cada interacción importante en el CRM**, sin importar el canal de origen.
- **Mantén una comunicación coherente en todos los canales:** Aunque cada canal tenga su propio formato, el tono, los mensajes clave y la imagen de marca deben ser consistentes.
- **Adapta la comunicación al canal y al perfil del público:** No todos los canales tienen la misma cultura ni se dirigen al mismo tipo de usuario. Ajusta el tono, el lenguaje y el formato según las expectativas del canal (no es lo mismo LinkedIn que TikTok) y el perfil del público, manteniendo siempre la coherencia con la identidad de la marca.

- **Define niveles de atención y deriva los casos complejos:** Establece filtros o escalones para clasificar los mensajes entrantes. Así, las consultas simples se resuelven rápido y los casos sensibles o especializados se derivan al equipo adecuado.
- **Forma al equipo en el uso de cada canal:** Responder en redes sociales no requiere solo rapidez, también empatía y claridad.
- **Automatiza las respuestas frecuentes sin despersonalizar el trato:** usa mensajes predefinidos como punto de partida, pero adapta el contenido según cada caso.

5.2 Estrategia digital de marketing y redes sociales

El marketing digital no consiste solo en publicar contenido en redes sociales, sino en diseñar una estrategia coherente que ayude a atraer, convertir y fidelizar clientes a través de los canales adecuados. Esto implica definir bien los objetivos, elegir los medios más relevantes según el público y medir lo que funciona.

Algunas claves prácticas antes de empezar tu estrategia de marketing digital:

- Define tus objetivos (visibilidad, captación, fidelización…).
- Elige los canales según dónde esté tu público.
- Planifica con un calendario editorial.
- Alterna tipos de contenido: informativo, emocional, promocional…
- Mide resultados: lo que no se mide, no mejora.
- Usa perfiles profesionales, no personales.
- Cuida el tono visual y textual en cada publicación.
- Interactúa con tu comunidad (comentarios, mensajes…).

RECOMENDACIÓN CLAVE
No publiques solo cuando tienes tiempo. Una estrategia es constancia con propósito.

Publicidad digital

Las campañas pagadas permiten ampliar el alcance, captar *leads* o impulsar productos/servicios concretos, incluso con presupuestos modestos, y analizar en detalle la respuesta que reciben.

- Empieza con campañas pequeñas y bien segmentadas.
- Elige bien la plataforma según el objetivo: notoriedad vs. conversión.
- Alinea el contenido del anuncio con la página de destino.
- Controla el presupuesto y revisa resultados con frecuencia.

EJEMPLO

Una tienda de productos ecológicos lanza una campaña en Facebook Ads dirigida a personas de 25 a 45 años interesadas en alimentación saludable y que vivan cerca de su local.

Con una inversión de 2 € al día durante una semana, promociona un lote con regalo de bienvenida y redirige a una página con un formulario para obtener el cupón.

La campaña consigue 54 formularios con un coste por *lead* de 0,26 €, y la tienda mide el éxito mediante las compras con cupón en caja.

Email marketing

El correo electrónico sigue siendo una herramienta efectiva si se utiliza con estrategia y respeto al usuario.

- Construye una base de datos de forma ética. No compres bases de datos.
- Segmenta tus envíos. Agrupa por intereses, comportamiento o fase del cliente.
- Sé claro y directo en el asunto del correo y en el mensaje.

- Respeta la frecuencia y facilita la baja.
- Analiza aperturas, clics y bajas para ajustar tu enfoque.

Existen numerosas herramientas de email marketing que facilitan el envío de campañas, la segmentación de audiencias y el análisis de resultados. Algunas de las más utilizadas por las PYMEs son Mailchimp, Brevo, MailerLite, Mailrelay, Acumbamail y ActiveCampaign. Todas permiten diseñar *newsletters* con plantillas visuales, automatizar envíos y analizar métricas como aperturas o clics, facilitando así la mejora continua de las campañas.

SEO y visibilidad orgánica

Aunque las nuevas herramientas de consulta por IA están cambiando rápidamente el panorama clásico del SEO (*Search Engine Optimization*), no está de más seguir algunas buenas prácticas para mejorar la visibilidad orgánica en buscadores como Google, que a la vez facilitan el uso de tu web.

- Usa títulos claros y descriptivos en los apartados y artículos de tu web.
- Incluye palabras clave relevantes, pero sin forzar.

- Optimiza la velocidad de carga y la versión móvil.
- Publica contenido útil regularmente.
- Ofrece recursos descargables que aporten valor (guías, plantillas, checklists).

Pirámide de acciones digitales

Obligaciones legales en marketing digital

El uso de datos, el envío de correos, la recogida de formularios o incluso ciertas publicaciones en redes sociales pueden tener implicaciones normativas si no se gestionan adecuadamente.

- **Solicita consentimiento explícito para comunicaciones comerciales:** Según la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico

(LSSI), no puedes enviar newsletters ni promociones por email si el usuario no ha dado su autorización expresa.

- **Cumple con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) en formularios y campañas:** Informa con claridad sobre qué datos recoges, para qué los usas y cómo pueden ejercer sus derechos. Usa casillas de aceptación que no estén premarcadas.

- **Incluye aviso legal, política de privacidad y cookies en tu web:** Aunque solo uses la página como escaparate o landing page, estos textos son obligatorios y deben estar visibles.

- **Activa un aviso de cookies conforme a normativa:** Si utilizas herramientas como Google Analytics o píxeles de seguimiento, debes informar sobre las cookies incluídas y obtener consentimiento.

- **Identifica claramente a la empresa en todas las comunicaciones:** El remitente debe estar visible tanto en emails como en redes sociales o formularios web.

- **Gestiona adecuadamente sorteos o promociones en redes sociales:** Incluye bases legales, condiciones claras y cumplimiento de la normativa de publicidad y protección de datos. Ten en cuenta que las propias plataformas (Facebook, Instagram…) también imponen sus reglas.

5.3 Comercio electrónico: claves para lanzar o escalar una tienda online

Vender por internet es más que montar una tienda online. Implica integrar procesos comerciales, logísticos y de atención al cliente en un entorno digital donde la experiencia de usuario y la confianza lo son todo. El comercio electrónico abre nuevas oportunidades de mercado, pero requiere planificación, claridad en todos los procesos y mantenimiento constante.

Para lanzar o escalar una tienda online con éxito, es fundamental contar con una base sólida que incluya una plataforma adecuada, una gestión eficiente del catálogo, un proceso de compra sencillo, una logística bien definida y un sistema de atención post venta eficaz. Estos fundamentos permiten construir una presencia digital que convierte visitas en ventas y clientes satisfechos.

- **Selección de la plataforma:** Elige según tipo de producto y soporte técnico disponible. Empieza sencillo. Evalúa opciones como WooCommerce, Shopify, Prestashop o venta en marketplaces.
- **Catálogo y gestión de productos:** Organiza el catálogo de forma clara y ofrece información completa y visualmente atractiva. Evita cargar productos sin stock o mal clasificados.

- **Proceso de compra:** Haz que la compra sea rápida y sin fricciones. Incluye diferentes métodos de pago seguros (TPV virtual, PayPal, Bizum y otros). Activa notificaciones automáticas para el cliente.
- **Logística y atención postventa:** Define bien tus tiempos de envío y cumplimiento. Ofrece canales claros de atención tras la compra (formularios, chat, correo o teléfono). Digitaliza la gestión logística si es viable. Deja claras las condiciones de envío y política de devoluciones.
- **Escalabilidad y mantenimiento:** Revisa los datos y ajusta tu catálogo según el rendimiento de la tienda. Asegura la compatibilidad con herramientas clave (CRM, email marketing, facturación, analítica…). Haz revisiones periódicas de usabilidad. Incluye mecanismos de valoración o reseñas.

Obligaciones legales y aspectos normativos

Al vender online, cumplir con la normativa vigente no solo es obligatorio, sino también clave para generar confianza y evitar sanciones. Existen una serie de requisitos legales mínimos que toda tienda online debe contemplar desde el inicio, especialmente en lo referente al tratamiento de datos personales, la información comercial y fiscal, y la transparencia con el cliente. Aunque algunos aspectos pueden variar según el tipo de producto o la ubicación de la empresa, hay fundamentos comunes que deben respetarse.

Aspectos esenciales:

- Publicar en la web el aviso legal, la política de privacidad, la política de cookies y las condiciones generales de venta.
- Cumplir con el RGPD (Reglamento General de Protección de Datos): informar con claridad, pedir consentimiento y permitir ejercer derechos.
- Aplica correctamente la LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información).
- Ajustar correctamente impuestos según el origen/destino del cliente (IGIC, IVA...).
- Incluir información visible sobre plazos, gastos de envío y devoluciones.
- Contar con asesoramiento especializado para casos con particularidades legales o fiscales.

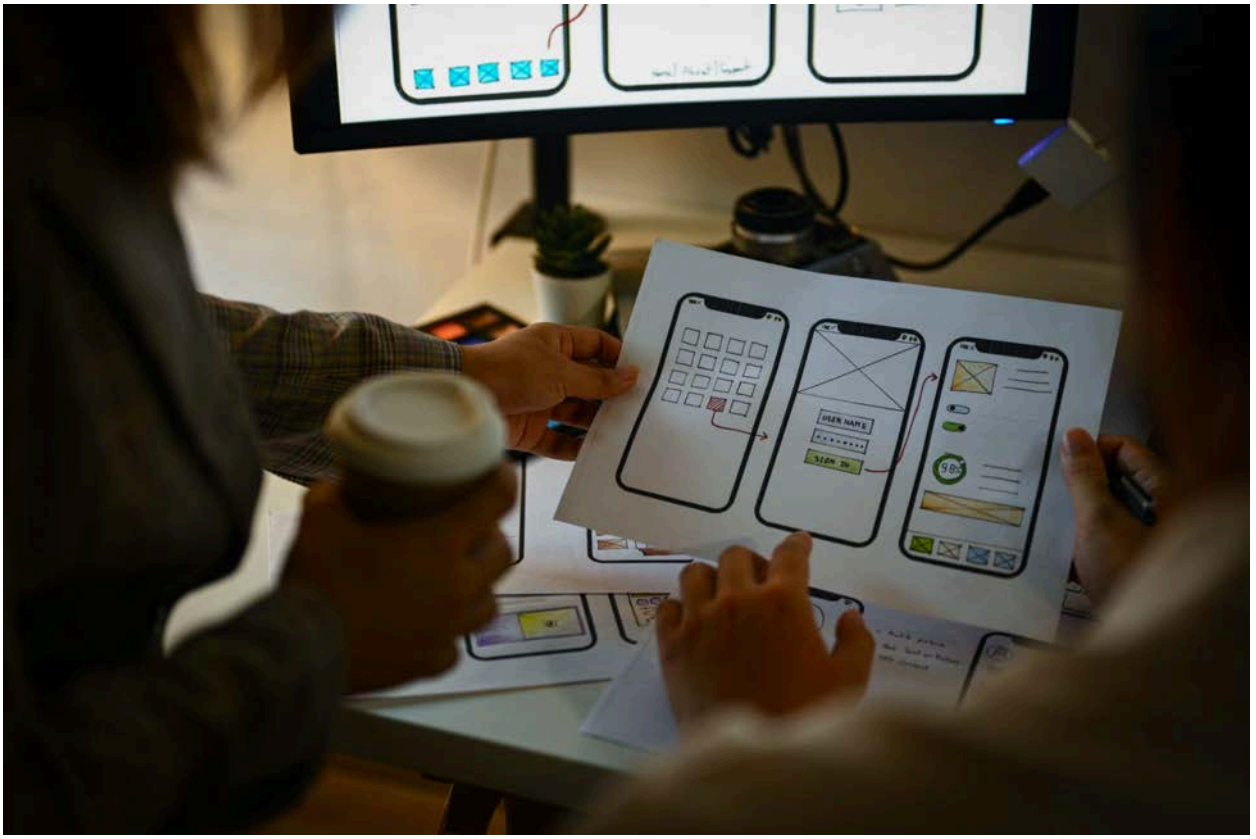
RECOMENDACIÓN CLAVE

Antes de invertir en diseño o campañas de marketing, asegúrate de que tu tienda online funcione bien, sea fácil de usar y genere confianza desde el primer clic. Una experiencia fluida y profesional convierte más que un escaparate bonito.

5.4 Experiencia de usuario (UX) como ventaja competitiva

La experiencia de usuario (UX) define la forma en que una persona percibe su interacción con tu empresa en el entorno digital. Desde cómo navega en tu web hasta cómo recibe un email o realiza una compra online, cada detalle suma. O resta.

Una buena experiencia digital puede marcar la diferencia entre un cliente que se va frustrado y otro que vuelve y recomienda. Para una organización, mejorar la UX es una oportunidad para destacar frente a competidores más grandes, sin necesidad de grandes inversiones, pero con atención al detalle.



Acciones clave a llevar a cabo para conseguir una buena experiencia de usuario:

- **Diseño y navegación:** Un diseño claro y una navegación sencilla facilitan que el usuario encuentre lo que busca rápidamente. Es clave evitar el exceso de elementos, probar con personas reales, asegurar la usabilidad en el móvil y mantener una identidad visual coherente en todos los canales.
- **Velocidad y accesibilidad:** Una web rápida y accesible mejora la experiencia del usuario y aumenta las conversiones. Optimiza la velocidad de carga y asegúrate de que cualquier persona pueda navegar con facilidad, aplicando buenas prácticas de accesibilidad como textos alternativos y contrastes adecuados.
- **Claridad en los procesos:** La claridad en los procesos digitales genera confianza y reduce el abandono. Explica cada paso de forma sencilla, confirma las acciones del usuario y anticípate a sus dudas con mensajes claros, preguntas frecuentes o ayudas contextuales. Usa siempre un lenguaje directo y comprensible.

RECOMENDACIÓN CLAVE

Cuidar la experiencia del usuario es una inversión pequeña con un gran retorno.

06.

Ciberseguridad y protección de datos

6. Ciberseguridad y protección de datos

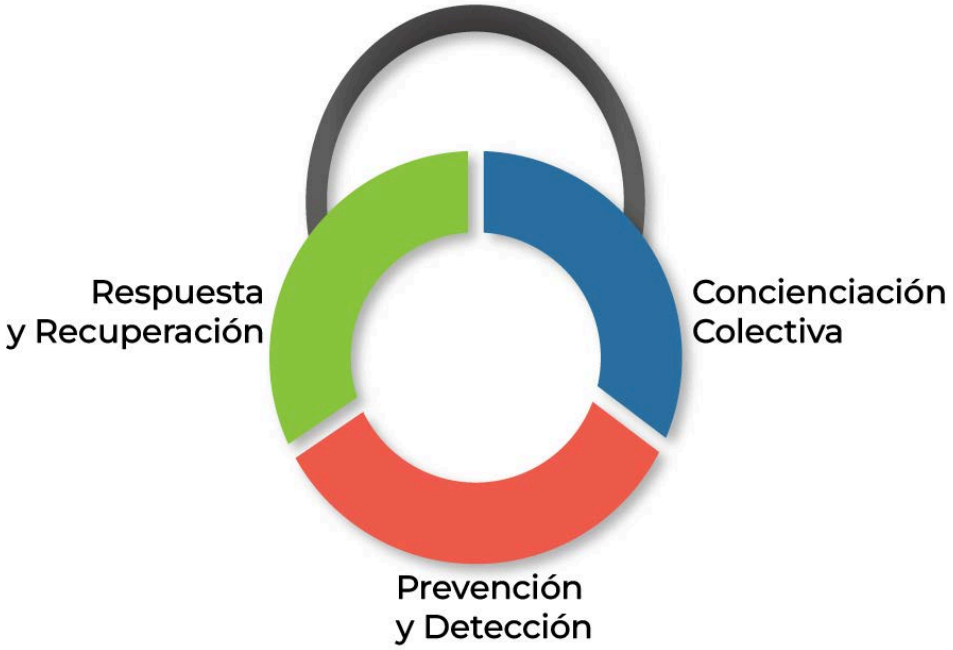
En un mundo cada vez más digital, **la seguridad no es opcional**. Para una PYME, un ataque informático puede suponer mucho más que un problema técnico: puede implicar la pérdida de datos, daños económicos y legales, y una grave pérdida de confianza por parte de los clientes.

Por eso, la ciberseguridad debe ser una prioridad y entenderse como una inversión en la continuidad y reputación de la empresa. La ciberseguridad debe entenderse no sólo como una serie de soluciones y prácticas tecnológicas, se trata de fomentar una cultura de seguridad en toda la organización.

6.1. Principios básicos de ciberseguridad para PYMEs

La ciberseguridad empresarial busca salvaguardar tus activos digitales y asegurar la continuidad de tus operaciones en un entorno cada vez más digitalizado e interconectado. Para una PYME, esto se traduce en:

- **Concienciación colectiva:** Todos los miembros de la empresa tienen un papel en la seguridad digital. Desde la dirección hasta el personal de administración, deben entender su importancia.
- **Prevención y detección:** Es fundamental identificar amenazas y reducir riesgos antes de que ocurran.
- **Respuesta y recuperación:** Tener planes claros para actuar ante un incidente y restaurar la normalidad.
- **Adaptación al tamaño de la PYME:** Las soluciones deben ajustarse a los recursos disponibles. A veces es suficiente con políticas claras, formación y asesoramiento externo.



Creando cultura de ciberseguridad en tu PYME

La seguridad digital no empieza con un antivirus ni termina con una copia de seguridad. Empieza por las personas. Crear una cultura de ciberseguridad significa integrar la seguridad como parte natural del trabajo diario.

1. **Liderazgo visible y comprometido.** La dirección debe predicar con el ejemplo: hablar de ciberseguridad, priorizarla en las decisiones y asignar los recursos necesarios. Si el liderazgo la toma en serio, el resto del equipo también lo hará.
2. **Formación continua y accesible para todo el equipo.** No basta con una charla anual. Los riesgos evolucionan, y el personal debe estar preparado. Una PYME puede organizar sesiones breves y prácticas sobre:
    - Cómo identificar correos sospechosos.
    - Buen uso de contraseñas.
    - Riesgos de compartir dispositivos o usar Wi-Fi públicas.

BUENAS PRÁCTICAS
Envía un recordatorio mensual con un consejo de ciberseguridad al equipo.

3. **Reglas claras y sencillas.** Establece políticas escritas (y entendibles) sobre:
    - Creación y gestión de contraseñas.
    - Uso de datos e información confidencial.
    - Manejo seguro de dispositivos (propios y de la empresa).
    - Qué hacer en caso de incidente.

CONSEJO PRÁCTICO
Entrega una "guía de primeros pasos en seguridad digital" a cada nuevo empleado.

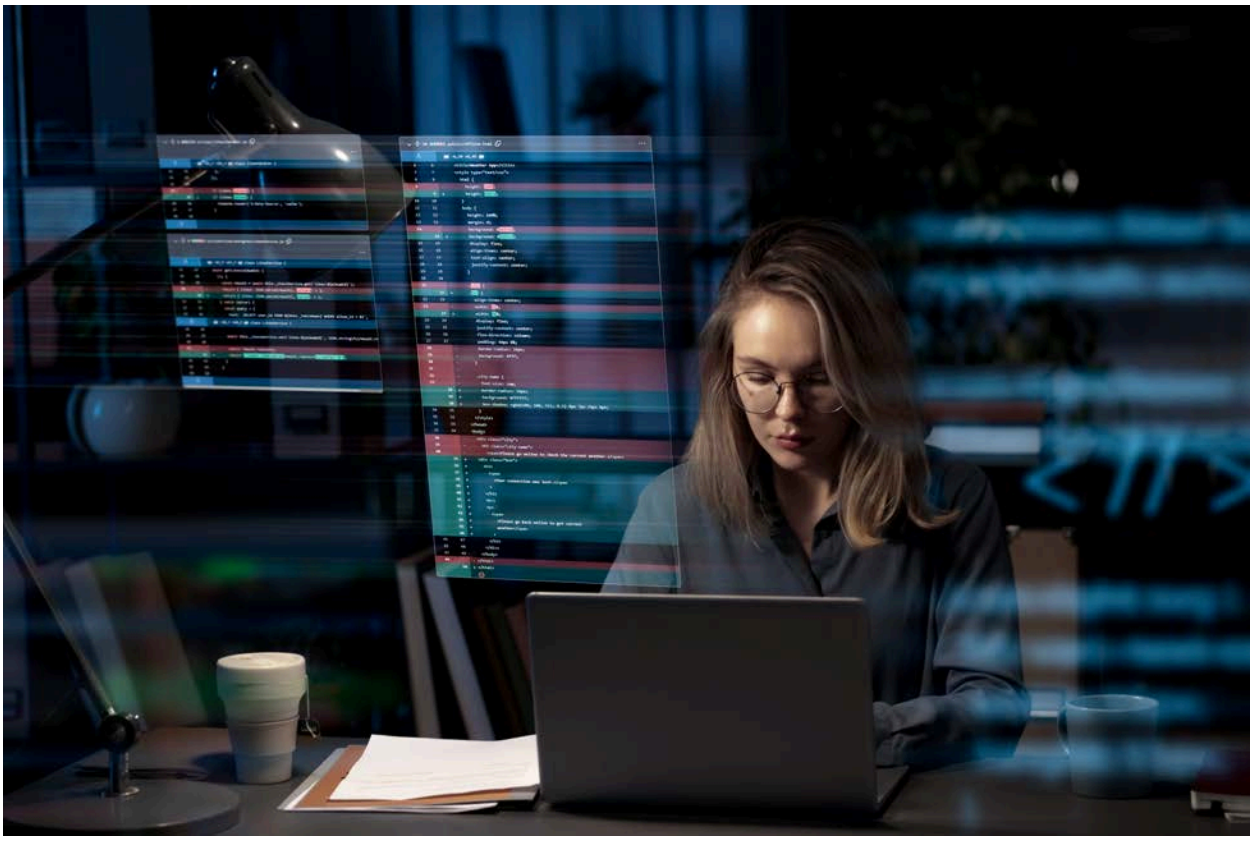
4. **Responsabilidad compartida, pero también individual.** Cada persona de la empresa debe saber que su comportamiento cuenta. Un clic puede marcar la diferencia. Fomenta el sentido de responsabilidad con ejemplos y reconocimiento.
5. **Revisión y mejora constante.** La ciberseguridad no es estática. Revisa periódicamente:
    - Tus políticas
    - Los riesgos más actuales
    - Las necesidades reales de tu equipo

RECOMENDACIÓN CLAVE
Si toda la empresa piensa en seguridad, la empresa estará más segura.

Adaptando la ciberseguridad al tamaño de tu empresa

Las necesidades varían según el tipo y el tamaño de la PYME. La persona responsable de informática puede asumir las tareas de ciberseguridad, mientras que los autónomos/as o las microempresas podrían contar con asesorías externas, al menos parcialmente.

Lo crucial es que existan políticas y concienciación, independientemente del tamaño. Una política de seguridad bien definida inspira confianza en clientes y proveedores.



6.2. Amenazas digitales más comunes

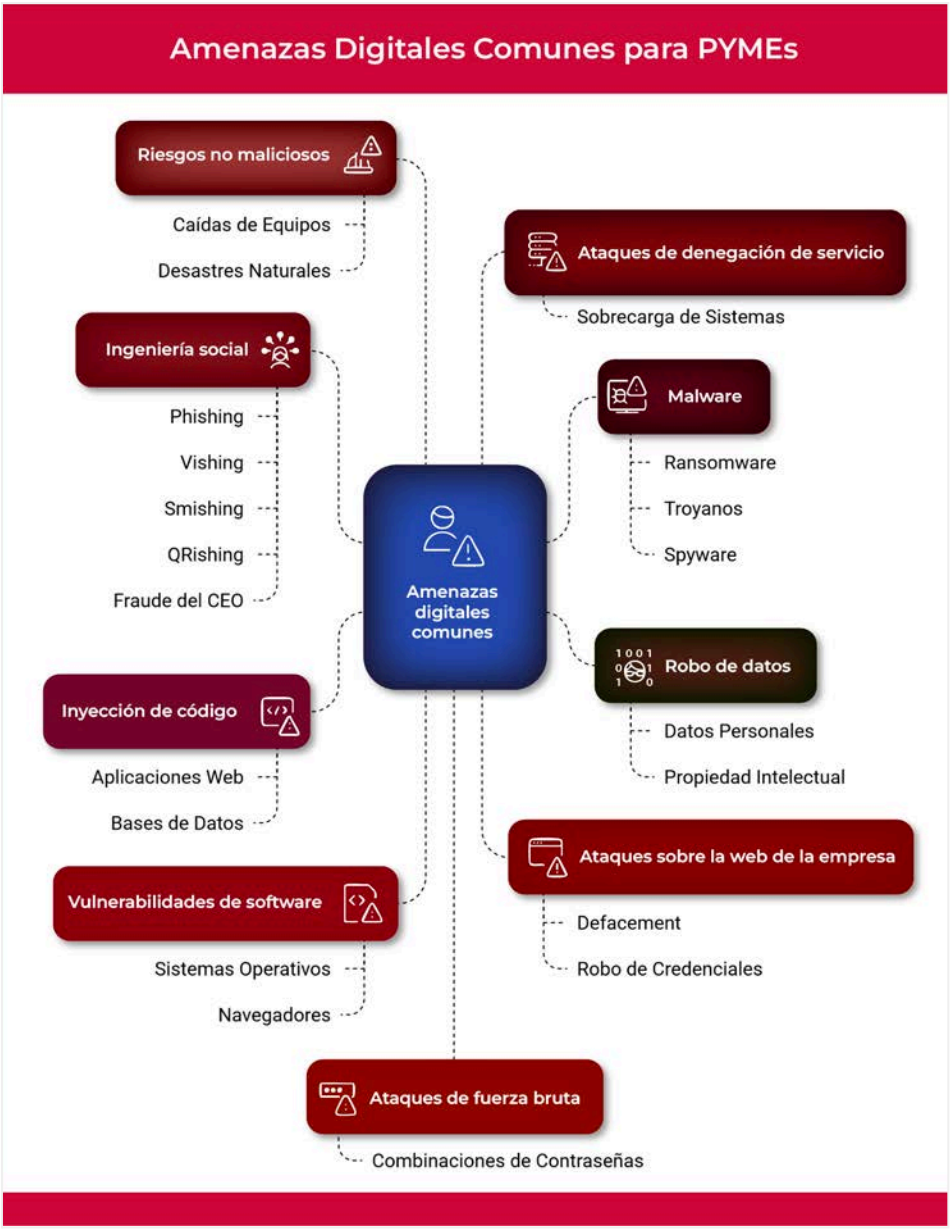
Conocer el peligro es el primer paso para protegerte. Estas son algunas de las amenazas digitales más frecuentes en el ámbito de la ciberseguridad:

- **Ingeniería social:** Manipulación psicológica para obtener información confidencial o acceso, como el ***Phishing*:** Correos fraudulentos que suplantan identidades (bancos, proveedores) para robar credenciales o distribuir *malware*. Algunas variantes pueden ser el *vishing* (*phishing* a través de llamadas telefónicas), *smishing* (por SMS), *QRishing* (uso de códigos QR maliciosos), etc.

CONSEJO PRÁCTICO
No confíes en correos, llamadas de teléfono o SMS que te piden actuar con urgencia.

- ***Malware* (software malicioso):** Programas que, entre otras actividades, encriptan archivos para exigir un rescate (*Ransomware*), sirven de puerta para la descarga de otros malware (*Troyanos*) o espían tu infraestructura, recopilando información confidencial (*Spyware*). Las vías de entrada más comunes para este tipo de software son el correo electrónico, las descargas de sitios no oficiales, software pirata y dispositivos USB infectados.
- **Ataques de denegación de servicio (DDoS):** Sobrecargan tus sistemas (por ejemplo, tu página web) con tráfico masivo hasta hacerlos inaccesibles.
- **Ataques de fuerza bruta:** Intentos automatizados de adivinar contraseñas probando múltiples combinaciones.
- **Vulnerabilidades de software:** Errores de programación o configuración en software (sistemas operativos, Office, navegadores, firmware) que los atacantes explotan.

- **Ataques sobre la web de la empresa:** Modificación no autorizada del contenido (defacement), robo de credenciales de usuarios, uso del servidor para actividades ilícitas.
- **Riesgos no maliciosos:** Caídas de equipos, averías, desastres naturales o fallos de proveedores que pueden causar pérdida de datos o inoperatividad.



6.3. Medidas prácticas de protección

Gestión segura de contraseñas y autenticación

El acceso no autorizado es uno de los principales riesgos en ciberseguridad.

- **Contraseñas robustas:** Son la primera barrera de protección. Deben ser largas, complejas y únicas para cada servicio. Evita usar datos personales y no repitas contraseñas. Usar un gestor de contraseñas facilita una gestión segura y eficaz.

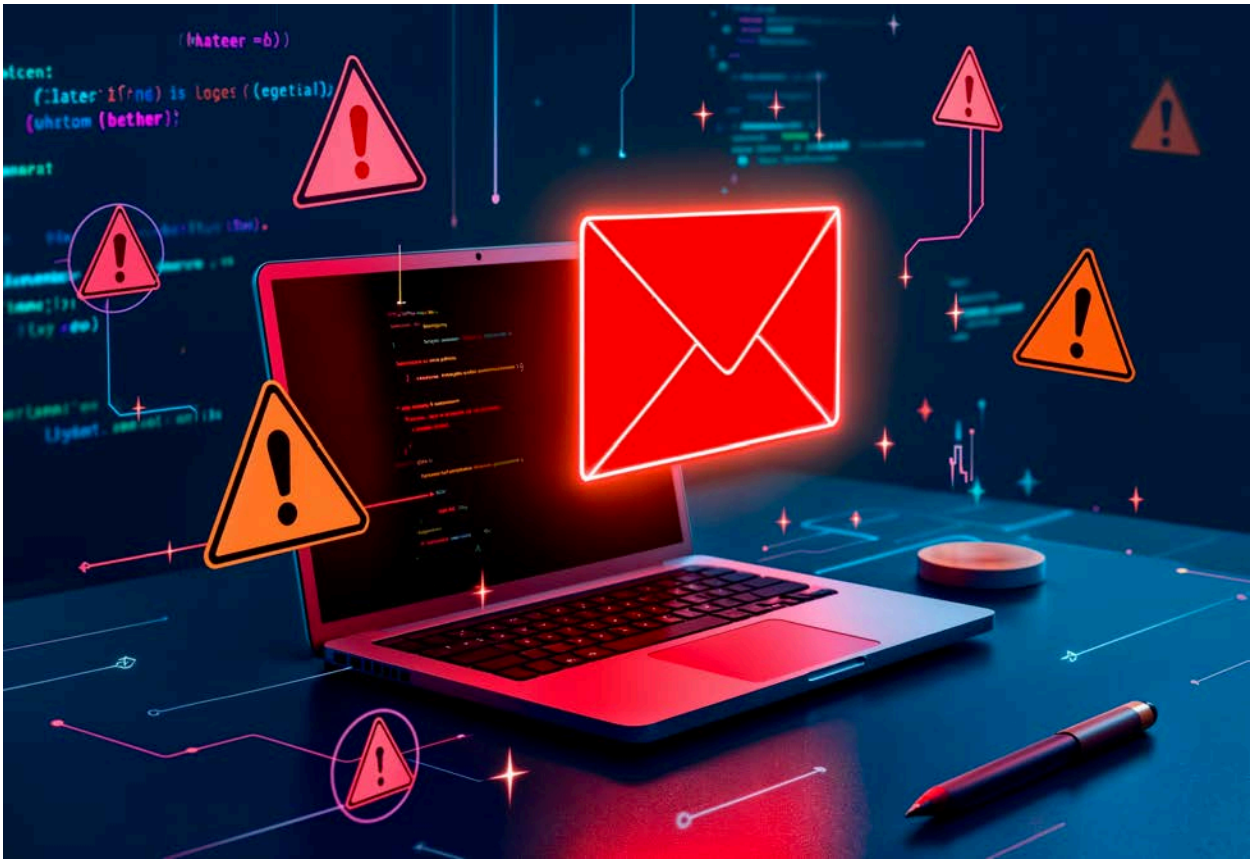
- **Autenticación Multifactor (MFA) o de Dos Factores (2FA):** Activa siempre que puedas una segunda capa de seguridad (código por móvil, app, llave USB), especialmente en accesos críticos como correo o banca online.
- **Gestión de accesos:** Una buena gestión de accesos es clave para proteger la información de tu empresa. Define quién accede a qué y con qué permisos. Cada usuario debe tener solo los accesos necesarios. Revisa y actualiza los permisos con regularidad, y revócalos al cambiar de rol o salir de la empresa.

Seguridad en sistemas y dispositivos

- **Antimalware/Antivirus:** Instala estos programas en todos los dispositivos, mantenlos actualizados y programa análisis periódicos. Configúralos para escanear correo y descargas.
- **Actualizaciones constantes:** Mantén al día el sistema operativo, navegadores, aplicaciones y *firmware* de todos los dispositivos. Activa las actualizaciones automáticas siempre que sea posible.
- **Configuraciones seguras:** Muestra extensiones de archivos, limita la instalación de software, usa solo fuentes confiables y desactiva funciones innecesarias (macros, descargas automáticas, puertos USB, servicios no usados).
- **Trabajo remoto seguro:** Usa VPN (Red Privada Virtual) y equipos corporativos auditados. Si se accede desde dispositivos externos, valora escritorios virtuales (VDI) para mantener la seguridad.
- **Cifrado de datos:** Cifra la información sensible almacenada en discos duros, portátiles y dispositivos móviles (ej. BitLocker en Windows, FileVault en Mac).
- **Control de acceso físico:** Restringe el acceso a áreas sensibles (servidores, equipos de red).
- **Borrado seguro:** Establece procedimientos para eliminar información de forma segura de dispositivos que se van a desechar o reutilizar.

Seguridad en el correo electrónico

El correo electrónico es uno de los vectores de ataque más comunes, y se le debe prestar especial atención.



- **Desactiva descargas automáticas:** Evita que los archivos adjuntos se descarguen sin control.
- **Usa filtros antispam:** Reducen la entrada de correos maliciosos.
- **Verifica el remitente:** Revisa el dominio completo y detecta errores sutiles (ej. movstar vs movistar).
- **Cuidado con la urgencia:** Desconfía de mensajes que presionan para actuar rápido. Confirma siempre por otro canal.
- **No abras adjuntos sospechosos:** Evita archivos de origen dudoso o con extensiones peligrosas (.docm, .scr, .bat...).
- **Evita hacer clic en enlaces extraños:** Escribe tú mismo la dirección web en el navegador en lugar de seguir enlaces del correo.

Navegación segura por Internet

- Mantén navegadores y sistema operativo actualizados.
- Forma a los empleados para identificar sitios maliciosos.
- Configura navegadores para mayor seguridad (bloquear pop-ups, desactivar descargas automáticas, desactivar la instalación de extensiones).
- Evita redes Wi-Fi públicas no seguras para transacciones sensibles. Si es necesario usarlas, hazlo con una VPN.
- Verifica que las páginas donde introduces datos sensibles usen **HTTPS** (candado en el navegador) y que el certificado sea válido.
- Considera instalar extensiones de navegador que alerten sobre sitios peligrosos. Descarga estas extensiones solo desde fuentes confiables.

Gestión de dispositivos personales (BYOD - *Bring Your Own Device*)

Si permites el uso de dispositivos personales para el trabajo:

- Establece una política clara de BYOD.
- Exige contraseñas robustas y bloqueo de pantalla en esos dispositivos.
- Cifra la información corporativa almacenada en ellos.
- Conecta estos dispositivos a la red de la empresa solo mediante VPN o escritorios virtuales.
- Prohíbe aplicaciones de fuentes no oficiales o dispositivos "rooteados/jailbroken".
- Establece la posibilidad de borrado remoto de datos corporativos en caso de pérdida o robo.

Seguridad en la nube

- Define qué información puede almacenarse en la nube y qué servicios están autorizados.
- Cifra la información sensible antes de subirla o utiliza servicios que ofrezcan cifrado en reposo y en tránsito.
- Utiliza contraseñas fuertes y MFA (Autentificación de Múltiple Factor) para acceder a servicios en la nube.

- Revisa periódicamente las configuraciones de privacidad y seguridad de tus servicios en la nube.
- Asegúrate de entender las políticas de backup y retención de datos del proveedor.

Copias de seguridad (*backups*)

Son esenciales para recuperarte de ransomware, fallos de hardware o errores humanos.

- **Regularidad:** Realiza copias de seguridad periódicas de toda la información crítica. La frecuencia dependerá de cuánto dato estés dispuesto a perder.

- **Regla 3-2-1:**
  - **3 copias** de tus datos.
  - En **2 tipos de soporte** diferentes (ej. disco duro externo y nube).
  - **1 copia fuera de la oficina** (offline y/o en otra ubicación física o en la nube segura).

- **Prueba las restauraciones:** Verifica periódicamente que tus copias de seguridad funcionan y que puedes restaurar los datos.

- **Cifrado de *backups*:** Considera cifrar tus copias de seguridad, especialmente si se almacenan externamente.

RECOMENDACIÓN CLAVE
En la web de INCIBE hay un apartado de Herramientas gratuitas que nos pueden ayudar a implementar algunas de estas medidas.

6.4. Cumplimiento normativo: el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)

Si tu PYME maneja datos personales de ciudadanos de la UE (clientes, empleados, etc.), estás sujeto al RGPD. Este reglamento exige medidas para proteger esos datos.

- **Principios Clave del RGPD:** Licitud, lealtad y transparencia; limitación de la finalidad; minimización de datos; exactitud; limitación del plazo de conservación; integridad y confidencialidad; responsabilidad proactiva.
- **Implicaciones para PYMEs:**
    - Informar a los usuarios sobre qué datos recopilas y cómo los usas.
    - Obtener consentimiento explícito cuando sea necesario.
    - Implementar medidas de seguridad técnicas y organizativas adecuadas para proteger los datos (muchas de las ya mencionadas en este capítulo contribuyen a ello: cifrado, control de acceso, backups, etc.).
    - Designar un Delegado de Protección de Datos (DPD) si cumples ciertos criterios (aunque siempre es recomendable tenerlo).
    - Notificar brechas de seguridad a la autoridad de control (Agencia Española de Protección de Datos - AEPD) y a los afectados si procede.

RECOMENDACIÓN CLAVE
Familiarízate con las guías de la AEPD y, si es necesario, busca asesoramiento especializado para asegurar el cumplimiento. Las sanciones por incumplimiento pueden ser severas.

6.5. Protocolo ante ciberataques: plan de respuesta a incidentes

Hay dos tipos de empresas: las que han sufrido un incidente cibernético y las que lo van a sufrir.

Estar preparado es crucial. Un plan de respuesta minimiza el impacto y el tiempo de inactividad.

Elementos clave de un plan de respuesta para PYMEs

1. **Equipo de respuesta:** Define quién se encarga y sus responsabilidades. Puede ser una sola persona, un grupo, personal interno, un proveedor externo, o una combinación.
2. **Identificación de activos críticos:** ¿Qué sistemas, datos y aplicaciones son vitales para tu negocio? Prioriza su protección y recuperación.
3. **Detección y notificación interna:** ¿Cómo se detecta un incidente? ¿A quién se informa inmediatamente?
4. **Evaluación y clasificación:** Determina la gravedad y el tipo de incidente (*phishing*, *ransomware*, fuga de datos, etc.).
5. **Contención y mitigación:** Acciones para evitar que el incidente se extienda (ej. desconectar equipos de la red, cambiar contraseñas comprometidas). Ten un plan básico para cada tipo de ataque común.
6. **Erradicación:** Eliminar la causa raíz del incidente (ej. eliminar malware, parchear vulnerabilidad).

7. **Recuperación y restauración:** Procedimientos para restaurar sistemas y datos desde las copias de seguridad. Prioriza los servicios críticos.
8. **Investigación post-incidente (análisis forense básico):** ¿Qué pasó? ¿Cómo? ¿Por qué? Aprende del incidente para mejorar tus defensas. Considera si necesitas ayuda externa para esto.
9. **Comunicación:**
    - **Interna:** Mantén informados a los empleados relevantes.
    - **Externa:** ¿Cuándo y cómo informar a clientes, proveedores, autoridades (AEPD si hay datos personales afectados), o medios? Prepara plantillas básicas.
10. **Obligaciones legales:** Ten en cuenta contratos con clientes/proveedores y la obligación de notificar a la AEPD en caso de brechas de datos personales (generalmente en 72 horas).

Revisión y Mejora Continua: ¿Cuándo debes actualizar tu plan?

- Tras cada incidente (real o simulado).
- Cuando haya cambios significativos en tu PYME (cambios de estructura, en procesos o en equipos).
- Cuando se detecten novedades en el panorama de amenazas.

07.

Personas y competencias digitales

7. Personas y competencias digitales

La transformación digital **depende en gran parte de las personas**. No basta con disponer de herramientas: es imprescindible que quienes las usan entiendan su valor, sepan aplicarlas correctamente y estén preparadas para adaptarse a nuevos entornos.

Identificar las competencias digitales necesarias, formar al equipo y fomentar una actitud abierta al cambio son pasos esenciales para avanzar con eficacia en cualquier proceso de digitalización.

7.1. Cómo identificar brechas de competencias en el equipo

Conocer las capacidades digitales del equipo es el primer paso para diseñar un plan de mejora realista. Una empresa puede tener voluntad de digitalizarse, pero si las personas no dominan las herramientas básicas o sienten inseguridad ante los cambios, es probable que surjan bloqueos.

Detectar las brechas existentes permite enfocar la formación, distribuir responsabilidades con criterio y avanzar sin generar resistencia. Te recomendamos algunas acciones para identificar las brechas:

- **Haz una autoevaluación sencilla por perfiles:** Utiliza una plantilla con niveles de dominio por herramienta.
- **Observación práctica:** ¿Se usan bien las herramientas? ¿Hay errores frecuentes?
- **Dinámicas grupales:** Pregunta directamente qué necesitan aprender.
- **Identifica tareas críticas que requieren refuerzo:** Detecta qué funciones clave del negocio podrían verse afectadas por la falta de competencias.
- **Evita estereotipos:** Evalúa por funciones, no por edad ni cargo.
- **Documenta los resultados y compártelos con claridad:** A partir de ahí, será posible diseñar un plan de formación ajustado a la realidad de la empresa.

RECOMENDACIÓN CLAVE
Evalúa para mejorar, no para juzgar. Detectar brechas no debe interpretarse como una crítica, sino como una oportunidad para mejorar.

Ejemplo de matriz de competencias digitales

Herramientas / Perfil	Correo electrónico	Hojas de cálculo	Gestión de archivos	Colaboración en la nube	Uso de redes sociales
Administrativo/a	Alto	Alto	Medio	Bajo	Bajo
Comercial	Medio	Bajo	Bajo	Medio	Medio
Atención al cliente	Medio	Bajo	Medio	Alto	Alto
Gerente	Medio	Alto	Medio	Medio	Bajo
IT	Alto	Bajo	Alto	Alto	Bajo

7.2. Planes de formación y reciclaje digital

Contar con herramientas digitales no garantiza su uso eficaz. Para que la digitalización funcione, es necesario que el equipo entienda su utilidad, se sienta cómodo aplicándolas y disponga del conocimiento necesario. La formación continua y adaptada permite mejorar la autonomía, reducir errores y reforzar la motivación en todos los niveles de la organización. Aquí van algunos consejos para una formación eficaz:

- **Parte de un diagnóstico claro:** Diseña los contenidos a partir de las carencias detectadas. Cada perfil tiene necesidades distintas; conviene priorizar aquello que impacta directamente en el trabajo diario.
- **Establece objetivos concretos por perfil:** Define qué debe saber hacer cada persona con las herramientas digitales que utiliza en su puesto.
- **Apuesta por formaciones breves, aplicadas y prácticas:** Sesiones enfocadas en tareas reales tienen mayor impacto que contenidos genéricos.

- **Incluye acompañamiento tras la formación:** Facilita un canal de apoyo para resolver dudas. Esto refuerza el aprendizaje y evita que las herramientas queden en desuso.
- **Repite y actualiza periódicamente:** Las tecnologías y formas de trabajar evolucionan continuamente. Planificar acciones de actualización mantiene al equipo preparado para nuevos desafíos.
- **Evalúa los resultados de cada acción formativa:** Medir permite mejorar futuras acciones y justificar nuevas iniciativas.

EJEMPLO
Un comercio minorista forma a su personal para usar una app de pedidos. En 2 semanas, reducen errores y duplican la eficiencia.

7.3. Fomento del intraemprendimiento digital

El talento interno es uno de los activos más valiosos para avanzar en la digitalización. A menudo las mejores ideas para mejorar procesos, introducir nuevas herramientas o resolver problemas concretos surgen de quienes están más cerca del día a día.

Fomentar el intraemprendimiento digital significa crear un entorno donde las personas puedan proponer mejoras, experimentar soluciones y participar activamente en la evolución tecnológica de la empresa. Algunas ideas para fomentarlo:

- Crea canales para proponer ideas.
- Lanza micro-desafíos (ej. “Reducir el papel en facturas”).
- Reconoce públicamente las buenas propuestas.
- Asigna una persona de referencia digital en el equipo.

RECOMENDACIÓN CLAVE
Escuchar ideas internas es tan importante como adoptar nuevas tecnologías.

7.4. Buenas prácticas de comunicación interna en entornos híbridos

Cuando parte del equipo trabaja en remoto, en distintos turnos o en distintas instalaciones, mantener una comunicación clara, ágil y bien organizada se vuelve aún más importante. Una buena comunicación interna además de transmitir información también refuerza la cohesión, reduce errores y mejora la implicación de las personas en los procesos de cambio y digitalización.

- Usa el canal adecuado: chat para lo urgente, email para lo formal.
- Documenta cambios relevantes en un espacio común.
- Define normas de uso digital (horarios, tiempos de respuesta).
- Fomenta encuentros regulares y *feedback* continuo.

08.

Tecnologías claves para pymes

8. Tecnologías clave para PYMEs

Una transformación digital efectiva no se logra acumulando herramientas, hace falta seleccionar tecnologías con sentido estratégico, es decir, identificar aquellas soluciones que aporten **valor real**, se integren con los procesos actuales y puedan ser adoptadas sin fricciones técnicas ni culturales.

Más que invertir en lo último, se trata de utilizar la tecnología adecuada en el momento oportuno.

8.1. Herramientas en la nube: colaboración, ofimática y almacenamiento

Las soluciones en la nube, también conocidas por su nombre en inglés *cloud*, permiten trabajar desde cualquier lugar y facilitan la colaboración entre equipos.

Pero para obtener sus beneficios sin generar desorden o riesgos, su implementación debe regirse por principios claros:

- Elige herramientas simples y fáciles de aprender (ej. Google Workspace, Microsoft 365).
- Crea carpetas compartidas con una estructura común y nombres claros.
- Controla versiones: asegúrate de poder recuperar documentos antiguos.
- Establece permisos según roles: no todo el mundo necesita editar.
- Revisa y limpia los archivos cada trimestre.
- Asegúrate de poder exportar los datos fácilmente si cambias de proveedor.

EJEMPLO
Una PYME comercial puede crear un espacio compartido en la nube con una carpeta para cada proveedor, accesible solo por el equipo de compras.

Entre las herramientas en la nube más utilizadas por las PYMEs se encuentran Google Workspace, Microsoft 365, Dropbox, OneDrive y Notion, que permiten trabajar de forma colaborativa, almacenar documentos, gestionar tareas y mantener la información centralizada y accesible desde cualquier lugar.

8.2. Herramientas para la gestión y análisis inteligente de datos

Herramientas como los sistemas de Business Intelligence, la analítica web o los formularios digitales ayudan a las pymes a ver lo que funciona, detectar problemas a tiempo y actuar con criterio basándose en datos, más que en la intuición. Muchas de estas herramientas son asequibles, fáciles de usar y pueden integrarse poco a poco, sin necesidad de grandes inversiones.

Business Intelligence (BI): decisiones basadas en datos

Los sistemas de BI permiten transformar datos en conocimiento. Gracias a ellos es posible visualizar el rendimiento de procesos, detectar desviaciones o anticipar necesidades.

- **Define unos pocos indicadores clave (KPI)** alineados con los objetivos del negocio.

- **Documenta la lógica de cálculo de los indicadores:** Especifica cómo se obtiene cada KPI para evitar malentendidos o interpretaciones erróneas.

- **Centraliza los datos de diferentes fuentes** (ventas, campañas, finanzas…) para evitar dispersar la información en silos sin conexión.

- **Diseña distintos paneles visuales comprensibles y útiles para cada perfil** dirección, operativa, comercial…, cada perfil tiene necesidades diferentes.

- **Haz partícipe al equipo en el diseño de los paneles:** Pregunta qué necesitan visualizar realmente antes de construir un dashboard que nadie usará.

- **Revisa y actualiza los paneles regularmente:** un dashboard desactualizado puede inducir a errores.

Para la gestión y el análisis de datos, muchas PYMEs utilizan herramientas como Google Looker Studio, Microsoft Power BI, Tableau y Qlik Sense, que permiten visualizar indicadores clave, integrar múltiples fuentes de datos y tomar decisiones basadas en información actualizada y comprensible.

Analítica web y de marketing

Herramientas como Google Analytics, Matomo o los informes de redes sociales permiten entender mejor el comportamiento de los usuarios, el impacto de campañas digitales y las fuentes reales de conversión.

- **Establece objetivos claros de medición** (ej. formularios enviados, visitas cualificadas, ventas).

- **Configura eventos y embudos de conversión** para seguir el recorrido del usuario.

- **No te limites a leer los datos:** interpreta qué dicen sobre tu negocio y ajusta tus acciones en consecuencia.

- **Asegúrate de cumplir con la normativa de privacidad:** cookies, consentimiento explícito...

8.3. Plataformas de automatización de tareas

Automatizar tareas ahorra tiempo, reduce errores y libera recursos humanos para actividades de mayor valor. Pero una automatización mal gestionada puede crear dependencias, errores invisibles o procesos difíciles de auditar.

- **Analiza previamente qué tareas automatizar:** Identifica cuellos de botella, procesos que implican mucho tiempo o recursos, y qué impacto tienen en la organización.

- **Prioriza las automatizaciones que tendrán mayo impacto con menor coste:** Evalúa para cada proceso qué impacto potencial tendría la automatización, su viabilidad técnica y su facilidad de implementación. Prioriza en consecuencia.

- **Documenta cada automatización**: Indica quién la creó, qué hace, qué herramientas conecta y cuándo se ejecuta.

- **Empieza por lo sencillo**:No intentes automatizar todo de golpe. Prioriza tareas frecuentes, repetitivas y bien definidas.

- **Prueba en entornos seguros**: Antes de activar una automatización con datos reales, valida que funciona correctamente con información ficticia.

- **Establece alertas**: configura notificaciones para que no pase desapercibida una automatización que deje de funcionar o no se comporte como es esperado.

Algunas de las herramientas de automatización más utilizadas por las PYMEs en la actualidad son Zapier, Make, Microsoft Power Automate y n8n, que permiten integrar aplicaciones y automatizar procesos de forma sencilla y eficiente.

8.4. Inteligencia Artificial aplicada al negocio

La IA permite optimizar tareas como atención al cliente, análisis de datos o generación de contenidos. Pero no debemos usarla para cualquier cosa sin analizarla previamente. Su uso debe ser responsable, comprensible y proporcional al problema que intenta resolver.

- **Diseña un Plan de Acción antes de implantar la IA:** La IA debe utilizarse para resolver necesidades reales, no por moda. Usarla sin un propósito claro puede generar costes elevados sin resultados. Antes de implantarla, diseña un plan que:
    - Identifique problemas concretos y áreas donde la IA pueda aportar valor.
    - Defina objetivos claros, medibles y alineados con la estrategia del negocio.
    - Seleccione y priorice casos de uso viables según su impacto, coste y facilidad de implementación.
    - Evalúe la infraestructura tecnológica y la calidad de los datos disponibles.
    - Elija las herramientas adecuadas y planifique su configuración.
    - Incluya formación para el equipo y programas piloto que validen la eficacia de la solución antes de su despliegue.

- **Empieza por lo sencillo**: Prioriza soluciones que ya estén integradas en herramientas que utilizas y casos de uso bien definidos.

- **Haz pruebas controladas**: Valida los resultados en entornos limitados antes de extender su uso.

- **Evalúa la calidad de los datos**: La eficacia de la IA depende de los datos. Evita usar información incompleta, desactualizada o sesgada.

- **Asegura la trazabilidad**: Si se aplica en procesos de decisión, debe poder auditarse.

- **Valora la privacidad desde el inicio**: No introduzcas datos sensibles en sistemas sin garantías de cumplimiento legal. Anonimiza siempre que sea posible.

- **Prioriza el impacto con bajo coste**: Selecciona aquellas aplicaciones donde se combine un alto valor añadido con facilidad de implantación.

- **Complementa, no reemplaces**: Usa la IA para mejorar procesos existentes, no para sustituirlos de forma abrupta.

- **No descuides el factor humano**: La introducción de IA implica cambios organizativos. La aceptación del equipo es clave.

- **Forma a todo el personal**: No sólo quienes la usen directamente, sino también quienes convivan con ella en sus flujos de trabajo.

- **Sé consciente de los riesgos y limitaciones de la IA:** La IA puede ofrecer resultados incorrectos o inventados. El equipo debe aprender a interpretar sus respuestas y verificar la información antes de actuar en base a ella.

- **Establece protocolos de supervisión**: Especialmente en procesos sensibles, asegúrate de que haya revisión humana y mecanismos de control.

EJEMPLO

Una tienda online usa IA para generar descripciones de productos basadas en sus características.

8.5. Casos de uso por sectores

El verdadero valor de las tecnologías aparece al adaptarlas a las particularidades de cada sector. A continuación se presentan algunos ejemplos concretos que muestran cómo la digitalización puede mejorar procesos, aumentar la eficiencia y abrir nuevas oportunidades según el tipo de actividad:

- **Comercio**: Gestión de stock automatizada, etiquetas inteligentes (RFID), analítica de ventas en tiempo real, escaparates virtuales, asistentes de compra vía chatbot, sistemas de fidelización personalizados…

- **Turismo**: Check-in online, atención multilingüe con IA, segmentación avanzada de clientes, automatización de reservas, análisis de reputación online, asistentes virtuales para planificación de viajes…

- **Salud**: Citas automatizadas, recordatorios inteligentes, gestión de historiales clínicos, telemedicina, sistemas de ayuda al diagnóstico, análisis predictivo de enfermedades crónicas…

- **Servicios profesionales**: Facturación automática, seguimiento de clientes, estudios de mercado con IA, gestión de tareas con herramientas colaborativas, detección automática de oportunidades comerciales…

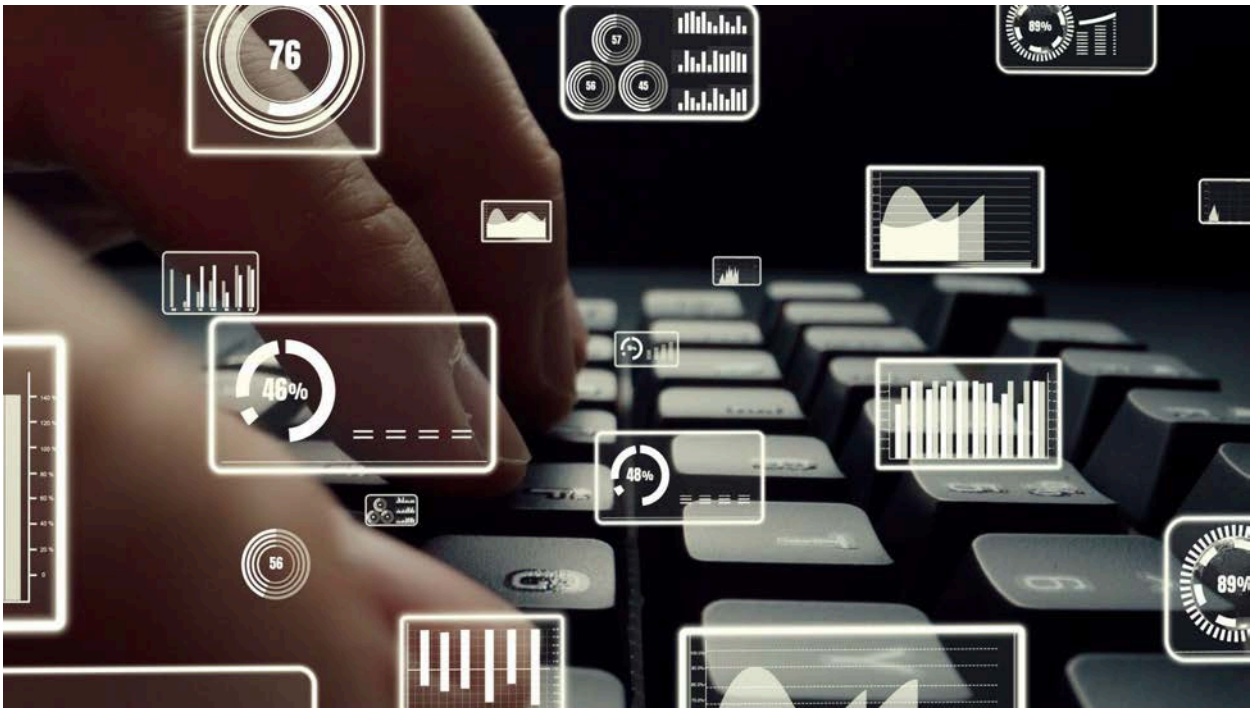
- **Sector primario:** Sensores IoT para control de riego o condiciones del suelo, monitorización remota de ganado o flotas pesqueras, predicción de cosechas mediante análisis de datos meteorológicos e históricos, gestión de trazabilidad alimentaria, optimización de rutas de distribución…

09.
Seguimiento y mejora continua

9. Seguimiento y mejora continua

Para que la transformación digital tenga un impacto real y sostenido es necesario hacer un **seguimiento regular, analizar los resultados y aplicar mejoras de forma constante**. Medir lo que ocurre en el día a día permite identificar aciertos, corregir desviaciones y tomar decisiones mejor informadas.

Este capítulo ofrece claves para evaluar el progreso, establecer indicadores relevantes y aplicar dinámicas que ayuden a mejorar de forma continua.



9.1. Indicadores de éxito (KPI) en transformación digital

Los indicadores clave de rendimiento (KPI) permiten saber si las acciones emprendidas están generando los resultados esperados. Cada empresa debe definir los suyos en función de sus objetivos y de las áreas donde haya centrado su digitalización: procesos, clientes, personas o tecnología.

- **Asocia cada indicador a un objetivo concreto:** No se trata de medir por medir. Un KPI debe responder a una pregunta clara y alineada con nuestros objetivos: ¿estamos reduciendo errores?, ¿el equipo está usando la nueva herramienta?, ¿ha mejorado la experiencia del cliente?
- **Evita tener demasiados indicadores:** El exceso de métricas puede generar confusión y dispersar el análisis.
- **Elige datos accesibles y medibles con regularidad:** Es importante que puedas obtener la información sin dificultad. Usa herramientas ya disponibles: CRM, ERP, formularios digitales, plataformas de análisis web, etc.
- **Define umbrales o metas realistas:** Establece valores de referencia que te permitan saber si estás avanzando, estancado o retrocediendo. Evita fijar metas inalcanzables que generen frustración.
- **Revisa los KPI periódicamente:** A medida que avanza la transformación digital, las prioridades pueden cambiar. Es recomendable ajustar los indicadores cuando se incorporan nuevos procesos o tecnologías.
- **Comparte los resultados con el equipo:** Visualizar el impacto de las acciones refuerza el compromiso y permite identificar mejoras desde distintas áreas.

RECOMENDACIÓN CLAVE
Un buen KPI responde a una pregunta clara sobre el progreso del negocio.

9.2. Cómo medir el impacto en procesos, clientes y equipo

Para evaluar el impacto de la transformación digital conviene observar cómo ha cambiado el funcionamiento interno, la experiencia del cliente y la dinámica del equipo. Medir en estos tres niveles permite detectar avances, ajustar decisiones y reforzar lo que funciona.

- **Procesos**
    - Compara tiempos antes/después de digitalizar una tarea.
    - Observa si hay menos pasos, errores o duplicidades.
- **Equipo**
    - Evalúa el grado de uso real de las herramientas.
    - Haz encuestas breves sobre utilidad, formación, autonomía y satisfacción.
- **Clientes**
    - Recoge feedback mediante encuestas o reseñas.
    - Mide tiempos de respuesta, incidencias, fidelización o errores en formularios.

EJEMPLO
Una empresa digitaliza su sistema de pedidos. Evalúa si hay menos llamadas de clientes preguntando por el estado del pedido.

9.3. Metodologías ágiles aplicadas a la innovación

Innovar con eficacia requiere flexibilidad y capacidad para adaptarse a medida que se avanza. Las metodologías ágiles ayudan a gestionar proyectos de mejora digital de forma más dinámica, con ciclos cortos, revisión constante y participación activa del equipo. No es necesario implantar un marco metodológico completo; aplicar algunos de sus principios basta para marcar una gran diferencia.

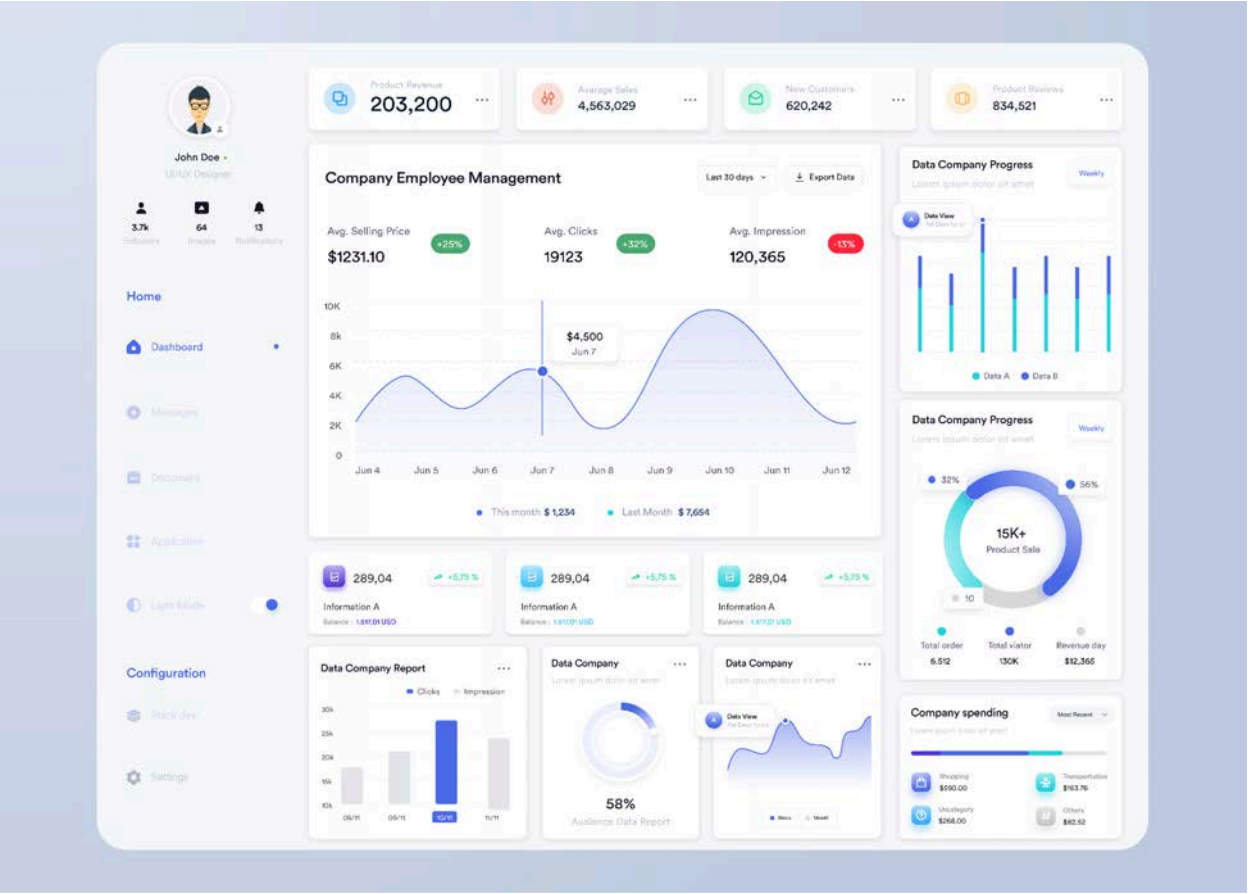
- **Divide los proyectos en fases cortas y manejables:** Evita planificaciones largas sin resultados visibles. Trabaja en bloques pequeños (por ejemplo, mejoras quincenales) que permitan probar, ajustar y avanzar con rapidez.
- **Define objetivos claros para cada ciclo:** Antes de empezar cada fase, acuerda con el equipo qué se quiere lograr y cómo se medirá el resultado. Esto da foco y permite evaluar el avance real.
- **Haz revisiones frecuentes y ligeras:** Dedica momentos breves a revisar lo hecho, identificar problemas y proponer mejoras. Las reuniones de seguimiento no tienen que ser largas, pero sí regulares.
- **Involucra a quienes usarán la solución:** Recoge ideas y observaciones de las personas que van a trabajar con las herramientas o procesos. Su experiencia permite detectar problemas antes de que escalen.
- **Prioriza lo útil antes que lo perfecto:** Avanza con versiones funcionales que ya aporten valor, aunque no estén completas. Siempre habrá tiempo para mejorar más adelante.
- **Documenta lo justo, pero bien estructurado:** Registra lo necesario para que cualquier persona del equipo pueda entender qué se ha hecho y por qué. Una nota clara vale más que un documento extenso y difícil de consultar.
- **No hace falta adoptar toda una metodología formal:** Basta con introducir ciclos cortos, objetivos concretos y espacio para mejorar con cada paso. Así se avanza de forma ordenada, sin perder flexibilidad.

9.4. Cuadro de mando digital

El cuadro de mando digital permite visualizar en un solo lugar los indicadores clave del negocio y de la transformación digital. Facilita la toma de decisiones al ofrecer una fotografía clara y actualizada del funcionamiento de la empresa. No hace falta que sea complejo ni costoso: lo importante es que se adapte a tus necesidades, sea comprensible y se mantenga actualizado.

- **Selecciona pocos indicadores relevantes:** Incluye únicamente los datos que realmente ayudan a entender el estado del negocio o de un proceso concreto. Es preferible tener tres métricas bien elegidas que una tabla llena de cifras irrelevantes.
- **Agrupa la información por áreas:** Organiza el cuadro de mando en bloques temáticos: ventas, atención al cliente, procesos internos, formación, etc. Esto facilita su lectura y permite actuar con rapidez cuando se detecta un problema.
- **Visualiza los datos con claridad:** Utiliza gráficos sencillos: barras, líneas, semáforos o tablas comparativas. Evita formatos recargados o difíciles de interpretar.
- **Actualiza los datos de forma regular:** Define una frecuencia de actualización realista: diaria, semanal o mensual, según el tipo de información. Lo importante es que los datos reflejen la situación actual, no una imagen desfasada.
- **Automatiza la recogida y visualización de datos** siempre que sea posible.
- **Adapta el contenido a quien lo va a usar:** No todas las personas necesitan ver lo mismo. Puedes crear cuadros de mando distintos para dirección, responsables de área o personal operativo, con indicadores adaptados a sus funciones.
- **Incluye alertas o avisos visuales:** Resalta los valores que se alejan del umbral esperado para actuar a tiempo: una caída en ventas, un aumento de errores, una baja participación en formación, etc.

- **Evita depender de herramientas complejas:** Puedes empezar con hojas de cálculo o plantillas simples. Muchas soluciones de ofimática en la nube permiten construir cuadros de mando funcionales sin grandes inversiones.
- **Empieza de forma sencilla y por lo esencial:** Construye un primer cuadro de mando con lo que ya puedas medir fácilmente y ajústalo poco a poco según las necesidades del negocio.



10. Anexos

10. Anexos

10.1. Glosario de términos digitales

Algoritmo
Conjunto de instrucciones que una máquina sigue para realizar una tarea o resolver un problema.

Almacén de datos (Data Warehouse)
Sistema que reúne y organiza grandes volúmenes de datos para analizarlos y apoyar la toma de decisiones.

Análisis Predictivo
Uso de datos históricos para anticipar lo que podría pasar en el futuro.

Analítica
Estudio de los datos para entender mejor lo que ocurre en la empresa y tomar decisiones más informadas.

Antivirus
Programa que protege los dispositivos frente a virus u otros programas maliciosos.

API
Conjunto de reglas que permite que dos programas distintos se comuniquen e intercambien información de forma automática.

Autenticación
Verificación de la identidad de una persona antes de permitirle el acceso a un sistema.

Autenticación de dos factores (2FA) o de múltiples factores (MFA)
Sistema que exige dos o más pruebas para confirmar tu identidad, como una contraseña y un código enviado al móvil.

Automatización de procesos
Uso de herramientas digitales para ejecutar tareas repetitivas sin intervención humana, lo que mejora la eficiencia y reduce errores.

Backup (Copia de seguridad)
Copia de los archivos importantes para recuperarlos en caso de pérdida o ataque.

Big Data
Volumen muy grande de datos que con los procesos adecuados puede ayudar a entender mejor un sistema (como un negocio).

Biometría
Método de identificación usando rasgos personales únicos como la huella dactilar o el rostro.

Blockchain
Tecnología que permite registrar información de forma segura, distribuida y difícil de modificar.

Business Intelligence
Herramientas que ayudan a transformar datos en información útil para tomar decisiones empresariales.

Ciberseguridad
Medidas para proteger los sistemas y datos frente a accesos no autorizados o ataques.

Cifrado (Encriptación)
Técnica que protege la información haciendo que solo personas autorizadas puedan leerla.

Cloud (Nube)
Servicios digitales que se utilizan a través de internet, como almacenamiento, software o servidores.

Competencias digitales
Conjunto de habilidades necesarias para utilizar herramientas tecnológicas de forma

eficaz en el entorno de trabajo: desde la gestión de correos y documentos hasta el análisis de datos o la colaboración online.

Control de versiones
Sistema que permite registrar y gestionar los cambios realizados en documentos o archivos digitales, facilitando la recuperación de versiones anteriores.

CRM (Customer Relationship Manager)
Sistema para gestionar la relación con los clientes, desde la captación hasta la fidelización.

Cuadro de mando digital
Herramienta que centraliza y visualiza indicadores clave del negocio o de un proceso. Facilita el seguimiento y la toma de decisiones mediante gráficos o datos organizados.

Cultura digital
Conjunto de valores, actitudes y comportamientos que favorecen el uso estratégico de la tecnología en el entorno de trabajo. Incluye la apertura al aprendizaje, el uso habitual de herramientas digitales y la predisposición al cambio.

Datos de entrenamiento
Datos que se usan para enseñar a una inteligencia artificial a reconocer patrones o comportamientos.

Datos sesgados
Información que presenta distorsiones sistemáticas y puede llevar a conclusiones incorrectas si se utiliza para entrenar modelos de inteligencia artificial.

Entorno de pruebas (sandbox)
Espacio seguro donde se pueden ejecutar pruebas o experimentos sin afectar los sistemas reales ni los datos de producción.

Entorno híbrido de trabajo
Modelo organizativo que combina trabajo presencial y trabajo remoto, de forma

parcial o total, adaptando procesos y herramientas para mantener la coordinación y la productividad.

ERP (Enterprise Resource Planning)
Sistema que integra las distintas áreas de una empresa (ventas, compras, inventario, etc.) en una sola plataforma.

Experiencia de usuario (UX)
Percepción que tiene una persona al interactuar con un producto o servicio digital. Abarca aspectos como la facilidad de uso, la claridad de la información, la velocidad o la sensación de confianza.

Firewall
Filtro de seguridad que controla qué entra y sale de una red, protegiéndola contra amenazas externas.

Formato interoperable
Tipo de archivo que puede ser leído y editado por distintos programas o plataformas, garantizando su accesibilidad a largo plazo (por ejemplo XML, CSV o JSON).

Gemelos digitales
Copias virtuales de productos o procesos reales que permiten simular y mejorar su funcionamiento.

Gobernanza de la información
Conjunto de políticas y procedimientos que aseguran la correcta gestión, seguridad y disponibilidad de los datos en una organización.

Ingeniería social
Técnicas que usan los atacantes para engañar a las personas y obtener acceso a sistemas o información.

Insights
Ideas clave o descubrimientos obtenidos del análisis de datos.

Inteligencia Artificial (IA)
Tecnología que permite a las máquinas realizar tareas que normalmente requieren

inteligencia humana, como comprender lenguajes, analizar datos, aprender de la experiencia o tomar decisiones.

IoT (Internet de las Cosas)
Objetos cotidianos conectados a internet que recogen y envían datos (como sensores, cámaras o electrodomésticos inteligentes).

KPI (Key Performance Indicator, Indicador clave)
Indicadores que permiten medir si se están cumpliendo los objetivos de un proyecto o de la empresa.

LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico)
Normativa española que regula las actividades comerciales y de comunicación por medios digitales. Establece obligaciones sobre el envío de correos comerciales, el uso de cookies o la información que debe aparecer en una página web.

Machine Learning (Aprendizaje automático)
Rama de la inteligencia artificial que permite a los sistemas aprender de los datos para mejorar su rendimiento.

Malware
Software malicioso que puede dañar, espiar o secuestrar un sistema sin permiso del usuario.

Marketing de contenidos
Técnica de marketing que consiste en crear y compartir contenido útil, informativo o entretenido para atraer y fidelizar a un público objetivo, sin centrarse en la venta directa.

MCP (Model Context Protocol)
Protocolo que permite que una inteligencia artificial se comunique directamente con diferentes aplicaciones, entendiendo su contexto, ejecutando acciones y respondiendo de forma coherente.

Metodologías ágiles
Conjunto de prácticas que permiten desarrollar proyectos de forma flexible, en ciclos cortos y con participación activa del equipo. Favorecen la adaptación rápida y la

entrega progresiva de valor.

Pasarela de pago
Servicio que permite procesar pagos en una tienda online de forma segura. Conecta el sitio web del comercio con los sistemas bancarios o plataformas como PayPal, Stripe o Redsys.

PDF/A
Versión del formato PDF diseñada específicamente para la conservación a largo plazo de documentos digitales.

Phishing
Estafa digital en la que se engaña a la víctima para que entregue información personal como contraseñas o datos bancarios.

Política de cookies
Texto que explica qué cookies utiliza una web, con qué fin y cómo el usuario puede gestionarlas o rechazarlas. Debe estar acompañada de un aviso visible al entrar en la web.

Política de privacidad
Documento obligatorio que informa al usuario sobre qué datos personales se recogen, cómo se usan, quién los gestiona y cómo ejercer sus derechos (acceso, rectificación, supresión…).

Proceso piloto
Implementación a pequeña escala de una solución para evaluar su efectividad antes de aplicarla en toda la organización.

Publicidad segmentada
Campaña publicitaria dirigida a un grupo específico de personas según características como edad, ubicación, intereses o comportamiento en internet.

Ransomware
Tipo de virus que bloquea el acceso a los archivos de un dispositivo y pide un rescate para liberarlos.

Realidad Aumentada (AR)
Tecnología que añade información digital (como imágenes o textos) al mundo real a través de una pantalla.

Realidad Virtual (VR)
Tecnología que crea entornos digitales con los que el usuario puede interactuar como si estuviera dentro.

Red Neuronal
Sistema de inteligencia artificial que imita cómo funciona el cerebro humano para aprender y tomar decisiones.

Referente digital
Persona del equipo encargada de acompañar al resto durante la implantación de nuevas herramientas o procesos, resolviendo dudas y canalizando mejoras.

Responsive
Diseño que se adapta automáticamente al tamaño de pantalla del dispositivo desde el que se accede (móvil, tablet, ordenador), para garantizar una experiencia óptima.

RPA (Automatización Robótica de Procesos)
Ver *Automatización de procesos*.

SaaS (Software como Servicio)
Aplicaciones que se usan directamente por internet, sin necesidad de instalar nada (como Gmail o Dropbox).

Token de seguridad
Código o dispositivo que sirve como segundo paso de verificación en accesos sensibles.

Trazabilidad
Capacidad de seguir el rastro de una acción, decisión o dato desde su origen hasta su resultado, útil para auditorías y control de calidad.

Visualización de datos
Representación de los datos en gráficos o tablas para entenderlos más fácilmente.

VPN (Virtual Private Network)
Conexión segura que protege la información cuando se navega por internet, especialmente desde redes públicas.

10.2. Recursos y ayudas públicas

Oficina Acelera PYME de FEMEPA

- **Página web:** https://acelerapymefemepa.es/
- **Píldoras informativas:** https://acelerapymefemepa.es/pildoras-informativas/
- **Herramienta de autodiagnóstico del nivel de madurez digital:** https://acelerapymefemepa.es/autodiagnosticar/
- **Página en Linkedin:** https://es.linkedin.com/company/oficina-acelera-pyme-femepa?trk=public_post_feed-actor-name

Instituciones y ayudas públicas

- **Oficina Acelera PYME:** https://www.acelerapyme.gob.es
- **Red.es:** https://www.red.es
- **Portal del Kit Digital:** https://www.acelerapyme.gob.es/kit-digital
- **Portal del Kit Consulting:** https://www.red.es/es/iniciativas/proyectos/kit-consulting
- **Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública:** https://digital.gob.es/
- **Instituto de Crédito Oficial (ICO):** https://www.ico.es/
- **Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI):** https://www.cdti.es/
- **Empresa Nacional de Innovación (ENISA):** https://www.enisa.es/
- **Fondos Next Generation EU:** https://next-generation-eu.europa.eu/index_es
- **Cámaras de Comercio:** https://www.camara.es/
- **Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos del Gobierno de Canarias:** https://www.gobiernodecanarias.org/economia/

Recursos

- **Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE):**
  - Avisos de seguridad para empresas y ciudadanos: https://www.incibe.es/incibe-cert/alerta-temprana/avisos y https://www.incibe.es/ciudadania/avisos
  - Catálogo de vulnerabilidades en español: https://www.incibe.es/incibe-cert/alerta-temprana/vulnerabilidades
  - Boletín informativo para empresas.
  - Herramientas y guías específicas para PYMEs.
- **Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI):** https://www.ontsi.es/
- **Fundación EOI (Escuela de Organización Industrial):** https://www.eoi.es/es

10.3 Casos de éxito de PYMEs digitalizadas

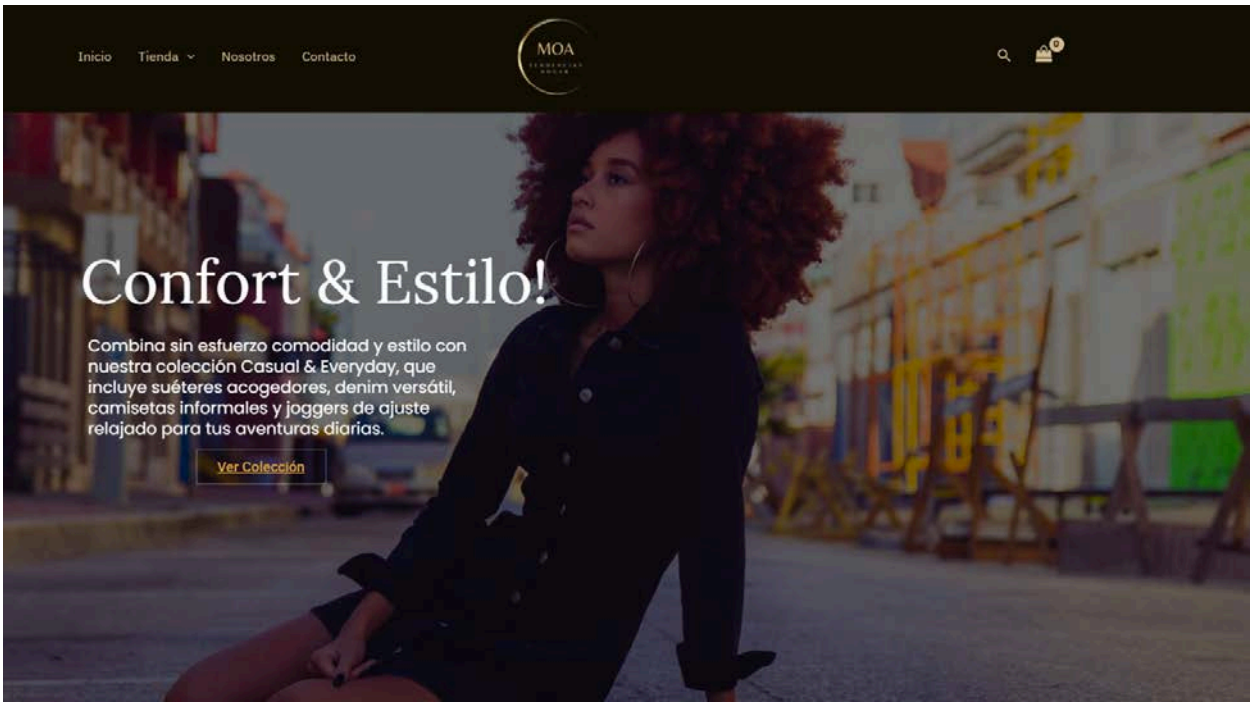
Este anexo presenta tres experiencias reales de pequeñas y medianas empresas que han impulsado su transformación digital con el acompañamiento de la **Oficina Acelera PYME de FEMEPA**.

A través de entrevistas en profundidad, conocemos el recorrido de Tendencias MOA, Sparkling Tech y Taliarte Distribuciones Náuticas, tres organizaciones de sectores distintos que comparten un mismo punto de partida: la necesidad de adaptarse a un entorno cada vez más digital.

Sus testimonios ilustran cómo, con asesoramiento especializado y una visión clara, es posible superar barreras, optimizar procesos y mejorar la relación con los clientes. Estos casos pretenden inspirar a otras PYMEs a dar el paso hacia la digitalización, demostrando que el cambio es posible, rentable y transformador.

Tendencias MOA

https://www.moacanarias.com/



La empresa

MOA Canarias es una tienda innovadora ubicada en Telde, Gran Canaria, que fusiona moda, sostenibilidad y productos para el hogar en un mismo espacio.

Ofrece ropa para mujer y hombre en todas las tallas, incluyendo marcas ideales para quienes valoran la elegancia y la exclusividad. A esto se suman piezas y complementos artesanales que apoyan el trabajo local y tradicional, reflejando valores con identidad. Además, cuenta con una sección dedicada a materiales didácticos y sensoriales, orientados al desarrollo y bienestar familiar.

MOA Canarias se define por una propuesta cercana, auténtica y con personalidad propia, dirigida a quienes buscan algo más que una simple experiencia de compra.

¿Qué resultados ha obtenido su empresa durante su proceso de Transformación Digital?

Gracias al programa Acelera Pyme a través de Femepa, MOA Canarias ha llevado a cabo un proceso integral de transformación digital que ha fortalecido su visibilidad y competitividad. Se desarrolló una página web profesional, moderna y funcional que transmite la esencia del negocio y mejora la experiencia del cliente.

Esta digitalización ha tenido un impacto directo en nuestra operativa diaria: hemos incrementado nuestra presencia online, atraído a nuevos clientes y optimizado la gestión de procesos como la atención al cliente, las reservas y la promoción de productos. Además, nos ha permitido comunicar con mayor claridad nuestros valores de sostenibilidad, inclusión y cercanía, posicionando a MOA Canarias como una marca con identidad propia. Gracias al Kit Digital, hoy somos una empresa más fuerte, conectada y preparada para crecer.

¿Cómo les ha ayudado la Oficina Acelera Pyme de Femepa en este proceso?

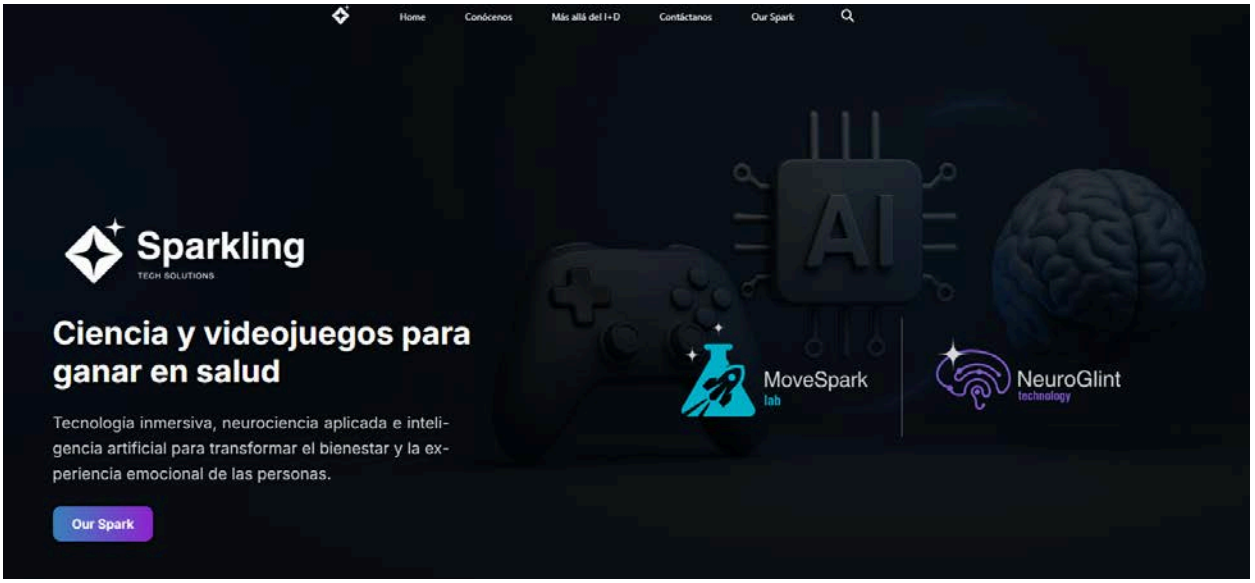
El acompañamiento de la Oficina Acelera Pyme de Femepa ha sido clave en el éxito de nuestra transformación digital.

Desde el primer momento, el equipo nos ofreció un asesoramiento cercano, profesional y totalmente adaptado a las particularidades de MOA Canarias. Nos guiaron en la comprensión del proceso, en la elección del servicio más adecuado dentro del Kit Digital y en la conexión con los agentes digitalizadores que mejoraron nuestra presencia online. El apoyo técnico fue constante, resolviendo dudas y orientándonos en cada etapa.

Destacamos especialmente la implicación del equipo en entender nuestras necesidades reales como pequeña empresa, ayudándonos a trasladar nuestra esencia al entorno digital. Gracias a su respaldo, hoy disponemos de herramientas digitales modernas y una estrategia online sólida que nos ha permitido crecer y conectar con más personas. Sin duda, recomendamos estas iniciativas a otras empresas que, como la nuestra, desean avanzar sin perder su identidad.

Sparkling Tech

https://sparklingtech.es/en/



La empresa

Sparkling Tech Solutions S.L. es una startup tecnológica fundada en 2024 en Las Palmas de Gran Canaria, reconocida por ENISA como empresa innovadora y con el sello Startup-ULPGC. Nos especializamos en el desarrollo de soluciones avanzadas que integran neurociencia aplicada, inteligencia artificial y videojuegos, con un firme compromiso con el impacto social, la sostenibilidad y la mejora de la calidad de vida.

Nuestro equipo trabaja en sectores como la salud y el bienestar, liderando proyectos innovadores como *NeuroGlint*, centrado en la mejora de la experiencia de usuario, la rehabilitación cognitiva y la detección temprana del deterioro cognitivo.

¿Qué resultados ha obtenido su empresa durante su proceso de Transformación Digital?

Gracias al acompañamiento de la Oficina Acelera Pyme de Femepa, hemos fortalecido nuestros procesos de gestión de proyectos, lo que nos ha permitido optimizar la búsqueda de financiación y mejorar la eficiencia en el desarrollo de nuestras plataformas tecnológicas.

Además, hemos potenciado nuestra presencia digital mediante el rediseño de la web corporativa, mejorando la experiencia de usuario y la accesibilidad, al tiempo que intensificamos la actividad en nuestros canales de comunicación online. Estas acciones han tenido un impacto directo en la captación de nuevos colaboradores y en la apertura de oportunidades de financiación para nuestros proyectos de I+D+i.

La implementación de estas mejoras ha contribuido a una mayor visibilidad de nuestra propuesta de valor, reforzando el posicionamiento de Sparkling Tech Solutions en el ámbito de la tecnología aplicada a la salud y el bienestar.

¿Cómo les ha ayudado la Oficina Acelera Pyme de Femepa en este proceso?

La Oficina Acelera Pyme de Femepa ha sido un aliado clave en nuestro proceso de digitalización, brindándonos asesoramiento especializado en herramientas de gestión, estrategias de financiación y mejora de procesos.

Gracias a sus sesiones de acompañamiento, identificamos áreas de mejora en nuestra infraestructura tecnológica y aplicamos soluciones innovadoras que han reforzado la competitividad de la empresa. Destacamos especialmente la cercanía, el enfoque práctico y la orientación a resultados del equipo técnico, que nos han permitido implementar mejoras de forma ágil y efectiva.

Valoramos particularmente su apoyo en la elaboración de planes de digitalización y en la identificación de soluciones tecnológicas adaptadas a nuestras necesidades, lo que ha contribuido significativamente al avance de nuestros proyectos.

Taliarte Distribuciones Náuticas

https://taliartenauticas.com/

La empresa

Taliarte Distribuciones Náuticas SL es una micropyme familiar dedicada a la venta y distribución de pinturas y consumibles para las industrias náutica y aeronáutica.

La empresa se caracteriza por su cercanía en el trato con el cliente y su firme compromiso con la calidad de los productos que suministra, avalado por certificaciones en normativas de reconocido prestigio como la ISO 9001:2015 y la EN 9120:2018, esta última habilitante para la distribución a empresas de los sectores de aviación, espacio y defensa.

Además, destaca por ser distribuidora oficial de algunas de las marcas más prestigiosas del sector, como 3M y Jotun.

¿Qué resultados ha obtenido su empresa durante su proceso de Transformación Digital?

Hace dos años iniciamos un proceso de reflexión interna que nos permitió identificar los proyectos de digitalización más prioritarios para nuestra actividad.

Desde entonces, hemos puesto en marcha cuatro iniciativas clave:

- Implantamos un nuevo software de facturación electrónica, anticipándonos a la nueva reglamentación actualmente en desarrollo.
- Digitalizamos el seguimiento y la trazabilidad de los pedidos del sector aero.
- Creamos nuestra web corporativa, que ha reforzado nuestra presencia digital y ha facilitado a nuestros clientes el acceso a los catálogos de productos más demandados, así como la posibilidad de realizar pedidos en línea.
- Realizamos varias inversiones en hardware y soluciones de ciberseguridad, con el objetivo de proteger la información del negocio y agilizar nuestros procesos internos.

¿Cómo les ha ayudado la Oficina Acelera Pyme de Femepa en este proceso?

La Oficina Acelera Pyme de Femepa nos ha acompañado desde el inicio del proceso.

Gracias a su asesoramiento, nos mantuvimos informados sobre los cambios legislativos que nos obligaban a digitalizar algunos procesos, como la facturación electrónica o la gestión digital de reclamaciones de clientes. También nos informaron sobre las ayudas públicas disponibles para financiar nuestros proyectos.

Cuando decidimos optar por el Kit Digital, nos guiaron durante todo el proceso, desde la solicitud hasta la fase de justificación. Esperamos seguir contando con su apoyo en los nuevos proyectos que tenemos por delante.

10.4 Guía rápida de digitalización para micropymes y autónomos

Sabemos que como micropyme o autónomo, tu tiempo es oro y tus recursos son limitados. Este anexo está pensado para ti: una guía con los pasos esenciales y de mayor impacto para iniciar tu camino digital sin complicaciones. No necesitas hacerlo todo de golpe, ¡cada pequeño avance cuenta!

Los cinco pasos imprescindibles para empezar:

1 Evalúa tu punto de partida

¿Para qué? Entender dónde estás te ayudará a enfocarte en lo que realmente necesitas.

¿Cómo? Hazte preguntas sencillas:

- ¿Qué tareas manuales me quitan más tiempo? (Ej: hacer facturas, agendar citas).
- ¿Cómo me encuentran mis clientes actualmente? ¿Podría ser más fácil?
- ¿Guardo mi información importante de forma segura y accesible?
- ¿Qué me piden mis clientes que aún no ofrezco digitalmente?

Acción rápida: Anota 2-3 cosas que te gustaría mejorar o simplificar con herramientas digitales.

Para más detalle, consulta el Capítulo 2: Diagnóstico digital inicial.

2 Crea tu escaparate digital básico

¿Para qué? Para que te encuentren, te contacten y transmitas profesionalidad.

¿Cómo? Creando y completando los siguientes pasos:

- **Tu ficha de negocio en buscadores y mapas:** Es fundamental y suele ser gratuita. Muchos buscadores y servicios de mapas ofrecen perfiles para negocios. Asegúrate de que tu horario, teléfono, dirección (si aplica) y servicios estén completos y actualizados en estas plataformas. Son clave para que te encuentren, especialmente a nivel local. Anima a tus clientes a dejar reseñas allí.
- **Email profesional:** Usa un correo con tu propio dominio (ej: info@tunegocio.com) en lugar de Gmail/Hotmail. Transmite más confianza.
- **Presencia en redes sociales (si aplica):** Elige UNA red social donde estén tus clientes y mantenla activa con información útil. No intentes estar en todas.
- **Web sencilla:** No necesitas una web compleja al inicio. Una página única (one-page) con quién eres, qué ofreces, cómo contactarte y quizá algunos testimonios puede ser suficiente. Prioriza que sea visible en móviles.

Acción rápida: Busca tu negocio en los principales buscadores y mapas. Si no apareces o la información es incorrecta, busca la opción para reclamar o crear tu ficha gratuita.

Para más detalle, consulta el Capítulo 5: Relación con clientes y canales digitales.

3 Organiza tu "oficina" digital

¿Para qué? Para ser más eficiente, no perder información y poder trabajar desde cualquier lugar.

¿Cómo? Verificando los siguientes apartados:

- **Almacenamiento en la nube:** Usa servicios como Google Drive, OneDrive o Dropbox para guardar tus documentos importantes (facturas, presupuestos, contratos). Te permite acceder desde cualquier dispositivo y es una forma de copia de seguridad.
- **Calendario digital compartido (si colaboras):** Para organizar citas y tareas.
- **Herramienta de facturación sencilla:** Hay opciones gratuitas o de bajo coste que te permiten crear, enviar y gestionar facturas de forma profesional (ej: FacturaDirecta, Contasimple, o incluso plantillas de Excel/Google Sheets bien organizadas al principio).

Acción rápida: Elige un servicio de almacenamiento en la nube y empieza a subir tus archivos más importantes.

Para más detalle, consulta el Capítulo 4: Digitalización de procesos internos y Capítulo 8: Tecnologías clave para PYMEs.

4 Protege lo básico

¿Para qué? Para evitar sustos, pérdida de datos o problemas con la información de tus clientes.

¿Cómo? Estableciendo las siguientes normas básicas de ciberseguridad:

- Contraseñas Seguras: No uses la misma contraseña para todo. Combina mayúsculas, minúsculas, números y símbolos. Considera un gestor de contraseñas (hay opciones gratuitas).
- Copias de Seguridad: Si usas almacenamiento en la nube, ya tienes una parte cubierta. Para datos muy críticos, considera una copia adicional en un disco duro externo.
- Cuidado con los Correos Sospechosos (Phishing): No hagas clic en enlaces ni descargues archivos de correos que no esperas o que te parezcan raros. Desconfía de las urgencias.
- Mantén tu Software Actualizado: Tu sistema operativo, navegador y antivirus.

Acción rápida: Revisa y mejora hoy mismo la contraseña de tu email principal.

Para más detalle, consulta el Capítulo 6: Ciberseguridad y protección de datos.

5 Adopta una Mentalidad de Aprendizaje Continuo

¿Para qué? El mundo digital cambia rápido. Estar dispuesto a aprender te mantendrá relevante.

¿Cómo? Adoptando los siguientes mantras:

- Empieza pequeño: Elige UNA herramienta o proceso para digitalizar y aprende a usarlo bien antes de pasar al siguiente.
- Usa recursos gratuitos: Hay muchos tutoriales en YouTube, blogs y webs de organismos como Acelera Pyme o INCIBE.
- No tengas miedo a experimentar: Prueba herramientas con versiones gratuitas.
- Pide ayuda: Si te atascas, pregunta a otros autónomos/empresarios, busca foros o considera una pequeña asesoría puntual.

Acción rápida: Busca un tutorial online sobre alguna herramienta que te interese (ej: "cómo usar Google Calendar para negocios").

Para más detalle, consulta el Capítulo 3: Estrategia y cultura digital y Capítulo 7: Personas y competencias digitales.

Recuerda:

- **Prioriza:** No intentes hacerlo todo a la vez. Enfócate en lo que te dará un mayor beneficio con el menor esfuerzo inicial.
- **Sé constante:** Pequeños pasos regulares son más efectivos que un gran esfuerzo puntual que luego se abandona.
- **Adapta:** No todas las herramientas son para todos. Elige lo que mejor se adapte a tu negocio y a tu forma de trabajar.

Créditos

Autores: Esther Pérez Verdú y Ernesto Rodríguez Ageitos.
Maquetación: Raquel Jatiya Rodríguez.
Coordinación y edición: Oficina Acelera PYME de FEMEPA.

Para la realización de algunas partes de este manual se han utilizado herramientas de asistencia digital como ChatGPT, Gemini, Freepik y Napkin, que han contribuido a enriquecer y agilizar el proceso de elaboración de contenidos.

Las Palmas de Gran Canaria, junio de 2025.