

# GUÍA BÁSICA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA PYMES



red.es

Transformación  
digital en PYMES

 **CLANER**  
ASOCIACIÓN DE ENERGÍAS RENOVABLES  
DE ANDALUCÍA



# ÍNDICE DE CONTENIDO

1. SALUDA   PRÓLOGO	3
2. ¿QUÉ ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?	4
2.1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	5
2.2. TRANSFORMAR LA PYME PARA SER MÁS COMPETITIVO	6
2.3. LA IMPORTANCIA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	7
3. VENTAJAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	8
3.1. VENTAJAS PARA LA EMPRESA	8
3.2. VENTAJAS PARA LOS EMPLEADOS	8
4. EL PAPEL CLAVE DE LOS DATOS EN LA DIGITALIZACIÓN. INFORMACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	9
4.1. DATOS Y CANALES DE VENTA	10
4.2. EL PAPEL DE LOS DATOS EN LA INNOVACIÓN Y LOS INGRESOS	11
5. ¿CÓMO SON Y QUÉ BUSCAN LOS NUEVOS CLIENTES DIGITALES?	12
5.1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS NUEVOS CLIENTES	12
6. PLAN PARA ABORDAR LA DIGITALIZACIÓN	15
6.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE DIGITALIZACIÓN	15
6.2. PASOS DEL PLAN DE DIGITALIZACIÓN	16
6.2.1. ELABORACIÓN DE DIAGNÓSTICO PREVIO	17
6.2.2. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DIGITAL	18
6.2.3. PLAN DE FORMACIÓN INTERNA	18
6.2.4. IDENTIFICACIÓN DE HERRAMIENTAS TIC NECESARIAS E IMPLEMENTACIÓN	19
6.2.5. IMPLEMENTAR NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN	19
7. ¿QUÉ TECNOLOGÍAS DEBERÍAN INCORPORAR LAS PYMES?	21
8. RECURSOS DISPONIBLES PARA EMBARCARSE EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	22
8.1. RECURSOS EN ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	22
8.2. CÁMARAS DE COMERCIO Y OTRAS ORGANIZACIONES	22

# 1

## SALUDA | PRÓLOGO

El **Clúster Andaluz de Energías Renovables (CLANER)** se constituye como una agrupación de empresas, organismos oficiales, centros tecnológicos y de investigación, universidades y fundaciones públicas, entre otros agentes, con el fin de detentar la representación y defensa del sector andaluz de las energías renovables y eficiencia energética, así como impulsar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación en procesos, productos y servicios asociados, a través de la colaboración y cooperación entre los miembros, fortaleciendo la competitividad de las empresas andaluzas de energías limpias.

En este sentido, el **CLANER** ha sido una de las entidades seleccionadas por el Ministerio de Economía y Empresa como entidad colaboradora del Programa de Impulso a la creación de Oficinas de Transformación Digital (OTD), y con esta iniciativa pretende contribuir a la mejora de la competitividad del tejido empresarial y el impulso al emprendimiento digital en Andalucía a través de acciones de difusión, prioritariamente dirigidas a Pymes del sector de las energías renovables y acciones de apoyo y resolución de consultas sobre las soluciones y metodologías TIC para mejorar la gestión de las empresas.

La presente **Guía básica de Transformación Digital para Pymes** se enmarca dentro de las actuaciones de difusión de la OTD, acciones colectivas que permiten a las pequeñas y medianas empresas conocer las ventajas o metodologías necesarias para la implantación de soluciones tecnológicas y también dar a conocer los programas de red.es. Con esta guía se pretende dar a conocer a los asociados y otras empresas u organismos interesados, qué es y qué significa la Transformación Digital para las Pymes andaluzas.

# 2

## ¿QUÉ ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

Resulta indudable que nos encontramos actualmente en la ERA DIGITAL con todo lo que ello supone para las empresas, donde juegan un papel fundamental y para la sociedad en su conjunto.

Contenidos e información están disponibles a golpe de clic en multitud de dispositivos electrónicos de uso generalizado; portátiles, PC, tabletas, Smart TV y, sobre todo, teléfonos inteligentes (smartphones) que han sido los propulsores de la universalización de la transformación digital.

Sin embargo, dentro del mundo empresarial, aún muchas Pymes y microempresas y sus responsables se encuentran estancados en lo que a las posibilidades de la **Transformación Digital** se refiere. Su conocimiento está mucho más extendido entre las medianas y grandes empresas, que en muchos casos han sabido sacarle bastante partido e, incluso, disponen de departamentos específicos con dedicación exclusiva.

### PERO, ¿QUÉ ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

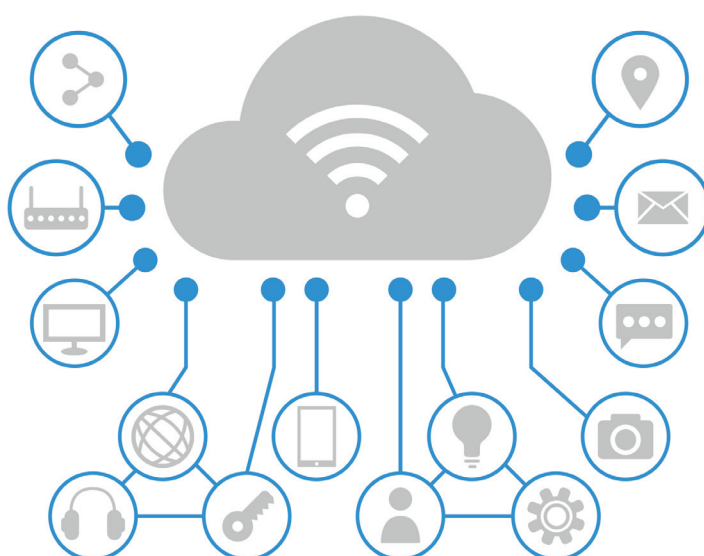
Por definición se entiende como los procesos y las metodologías que se siguen para integrar las nuevas tecnologías de la comunicación e información (TIC) en todas las áreas de la empresa, para modernizar y actualizar su forma de funcionar, con el objetivo de hacerla más eficaz y eficiente, optimizar sus procesos y mejorar su competitividad para, en definitiva, ofrecer un nuevo valor añadido a los clientes.

La transformación digital supone una nueva forma de entender la empresa y sus relaciones con los clientes, implicando un cambio de mentalidad de los responsables y equipos de trabajo que conlleve un cambio en los métodos de trabajo para aprovechar todo el potencial que ofrecen las nuevas tecnologías y la digitalización.

---

La transformación digital es la aplicación de las nuevas tecnologías en la empresa a la vez que se define un nuevo modelo de empresa interna y externamente.

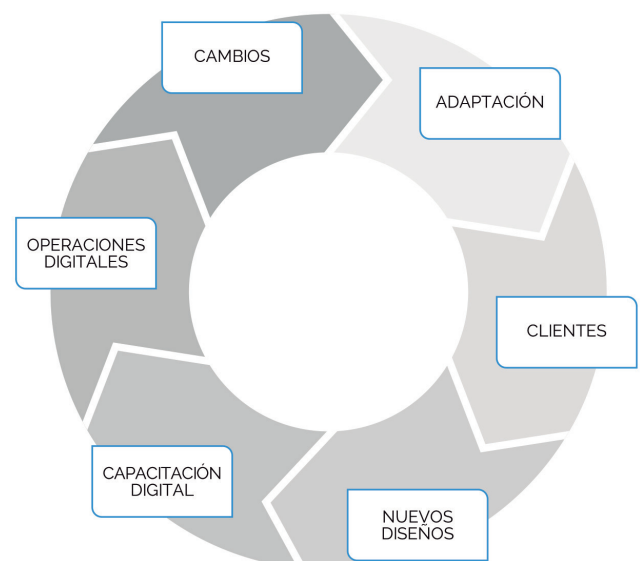
---





## 2.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

- ▣ La necesidad de introducir **cambios** en el funcionamiento de la empresa; canal de venta on line, digitalizar la documentación administrativa de la empresa, factura electrónica...
- ▣ **Adaptar** todas las áreas de la empresa a la nueva era digital: intranet, comunicaciones internas y externas, departamento financiero, producción...
- ▣ La finalidad última es **atender mejor** a los clientes, algo que puede conseguirse facilitando la comunicación de estos con la empresa para que nos hagan llegar sus opiniones, sugerencias o críticas.
- ▣ Capacidad de **diseñar** productos e ideas digitales; app con el catálogo de productos y servicios y gestión de compras (comercio electrónico), plataforma web de gestión de "mi espacio" personal, servicio de entrega a domicilio...
- ▣ **Capacitación profesional** de los equipos de trabajo formados y actualizados en herramientas y nuevas habilidades digitales, a través de planes de formación interno según necesidades.
- ▣ Cambios en la forma de **operar** el negocio; digitalización de operaciones mediante canales digitales que permitan ganar en eficacia y eficiencia, robotización, control operacional...



## 2.2 TRANSFORMAR LA PYME PARA SER MÁS COMPETITIVA

La transformación digital no es una opción, ya es un hecho, ante el que no es posible plantearse apostar. Sencillamente, si las empresas no quieren ser irrelevantes en un mundo cada vez más competitivo y en el que la digitalización juega un papel clave, hay que acometerla.

El profundo cambio experimentado por la sociedad en las últimas décadas hace que la evolución futura de las Pymes y microempresas esté intensamente ligada a su capacidad de adaptación a este proceso transformador. Hay que ser capaces de responder, en tiempo y forma, a lo que los clientes demandan. Clientes hiperconectados, que reclaman ser parte del sistema, gestionando ellos mismos sus necesidades e inundando la red de información de "utilidad" para otros potenciales clientes y todo ello dentro de la instantaneidad y volatilidad de las operaciones digitales.



Sólo un dato de interés al respecto, según el informe "**Perspectivas de la pequeña empresa en España**", elaborado en 2018 por KPMG para la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), el 42% de las Pymes destinará gran parte de sus inversiones a herramientas tecnológicas, poniéndose con ello de manifiesto la apuesta por la transformación digital como medio para mejorar los modelos de negocio y, con ello, responder mejor a los cambios introducidos por el mercado y a las exigencias de los clientes.

---

Las empresas son conscientes de la importancia de la transformación digital, de ahí que destinen una gran parte de sus inversiones futuras en herramientas tecnológicas

---

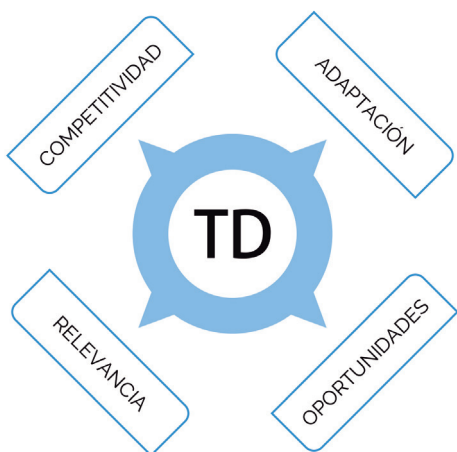
## 2.3 LA IMPORTANCIA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

El mundo se ha vuelto digital, especialmente en los últimos 20 años. La digitalización ha venido para quedarse y no estar al día en este ámbito supondrá una pérdida de oportunidades para las empresas que no apuesten por digitalizarse.

Si queremos que las empresas sean relevantes, competitivas y con capacidad de adaptación a un entorno cambiante, es preciso apostar por la transformación digital.

Pero ¿dónde radica la importancia de la transformación digital? Si analizamos las empresas desde el punto de vista de sus clientes, que al fin y a la postre, son los que determinan el éxito o fracaso de un proyecto empresarial, descubrimos que los clientes, más bien los usuarios, están cambiando radicalmente a pasos agigantados. La globalización de los smartphones ha supuesto la verdadera revolución tecnológica.

El cliente tradicional o físico está siendo desplazado por los usuarios conectados. Es más, muchos clientes tradicionales previamente a las compras físicas ya tienen una idea preconcebida de lo que desean y como lo desean. Son clientes bien informados y que no se conforman con una única información, sino que la contrastan con otros usuarios, y, además, opinan y en muchos casos críticamente.



Se crean líderes de opinión con una extraña velocidad, en la época de los **influencers**, es tan importante tener buenas críticas como que exista un tráfico elevado de comunicaciones en las que se relacione a la empresa con conceptos como solvencia, inmediatez, calidad, honestidad... lo que se conoce como interactuar con los clientes.

Por lo tanto, es imprescindible transformarse para hacer frente a esta nueva era digital. Los clientes tienen grandes expectativas y hay que ser capaces de satisfacerlas, sino se cambiarán a la empresa que si pueda.

---

En un mundo hiperconectado lo que no es visible en la red no existe.

---



# 3

## VENTAJAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Adaptarse a la era digital e incorporar la transformación digital en la empresa conlleva sin duda una serie de ventajas, que veremos a continuación.

### 3.1 VENTAJAS PARA LA EMPRESA

La principal ventaja para la empresa es, sin duda, la mejora de la competitividad. Pero, además, las empresas que incorporen procesos de transformación digital contarán igualmente con otra serie de ventajas.

Si una empresa hoy en día quiere ser competitiva, no tiene opción, la apuesta por la transformación digital debe ser firme, clara y decidida.

---

La principal ventaja para la empresa es la mejora de la competitividad.

---

- 1 Impulso de la cultura de la innovación empresarial.
- 2 Empresa más eficaz y eficiente en sus procesos.
- 3 Mejores canales de comunicación internos y externos.
- 4 Aumenta capacidad de adaptación a los cambios.
- 5 Mejores posibilidades de negocio y crecimiento.
- 6 Mejor marca empresarial.
- 7 Aumenta la satisfacción del cliente.

### 3.2 VENTAJAS PARA LOS EMPLEADOS

Los empleados de la empresa se verán igualmente beneficiados por los procesos de transformación digital que se incorporen a la misma.

Una empresa que cuida de sus empleados está cuidando por ella misma en su conjunto. Por eso, es importante destacar también las ventajas que para estos tendrá la digitalización.

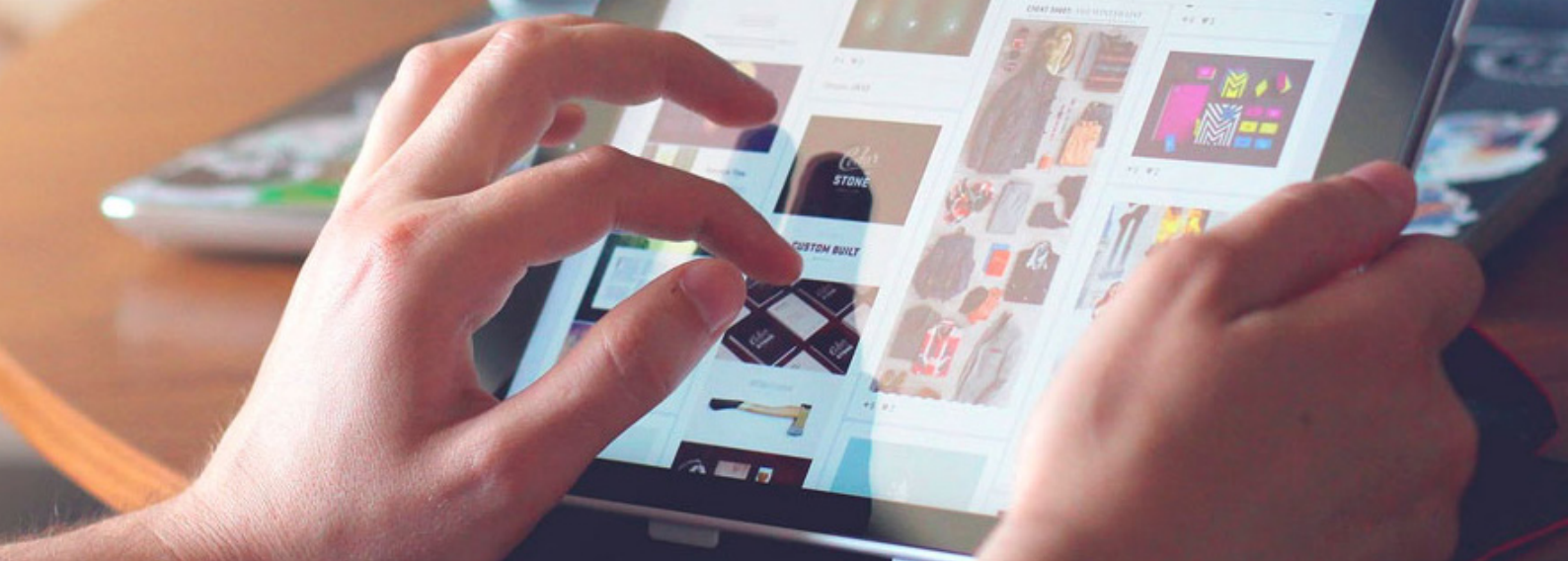
- 1 Mejora de las condiciones de trabajo.
- 2 Nuevas oportunidades de trabajo: flexibilidad y teletrabajo.
- 3 Disminuye la rotación laboral.
- 4 Aumenta la retención del talento.
- 5 Mejores posibilidades de negocio y crecimiento.
- 6 Aumenta la productividad de los empleados.





## 4 EL PAPEL CLAVE DE LOS DATOS EN LA DIGITALIZACIÓN. INFORMACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Los **datos** y la **información** proporcionada por los clientes son los principales elementos con los que cuenta una empresa para tomar decisiones en relación con estos, son los llamados **patrones de compra**. Por ello, es muy importante considerar el papel que juegan los datos y como un correcto tratamiento de estos puede hacernos ganar en competitividad y mejorar nuestros resultados, ya que podemos orientar el negocio hacia las necesidades de los clientes.



## 4.1 DATOS Y CANALES DE VENTA

Actualmente los datos que consumen los potenciales clientes viajan de múltiples formas hacia los mismos desde las empresas. **Los canales de venta tradicionales están cambiando**, viéndose complementados y, en muchos casos, sustituidos en su totalidad por nuevos canales de venta digitales. Estos cambios se están produciendo en gran medida por las preferencias cambiantes de los clientes.

Estas **nuevas preferencias** de los clientes a la hora de comprar productos y consumir servicios deben ser tenidas en cuenta por las empresas si quieren adaptarse a un entorno versátil y ser profesionales. Y para ello, la mejor respuesta que pueden ofrecer es **transformar sus canales de venta** y ofrecer nuevas formas de llevar productos y servicios a sus clientes, caso del comercio electrónico o aplicaciones móviles (apps), que sirvan de complemento a los canales tradicionales de venta.

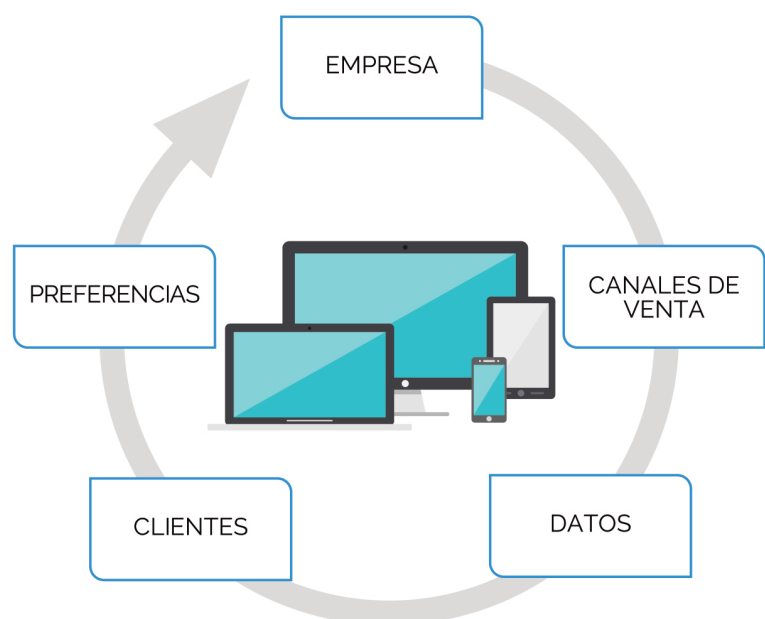
Por otro lado, para conocer bien a sus clientes y potenciales clientes, **las empresas necesitan gestionar gran cantidad de**

**datos**. Las empresas pueden mejorar los sistemas mediante los cuales se reciben y estructuran esos datos que, convenientemente procesados, se convierten posteriormente en información muy valiosa de cara a la estrategia empresarial.

Conocer **qué compran** los clientes, cuáles son sus preferencias, **qué opinan** de los diferentes productos y servicios, saber **qué sienten** a través de sus opiniones y comentarios, son aspectos que pueden aportarnos información muy valiosa para nuestras

campañas de marketing. Esta mayor comprensión de los clientes permite a las empresas **optimizar sus estrategias** con relación a los canales de venta para adaptarse a las necesidades y preferencias de los clientes.

Los datos y los canales de venta son aspectos esenciales sobre los que también se trabaja en la transformación digital, y que ayudarán a las empresas a personalizar los productos y servicios que ofrecen a sus clientes, con objeto de conseguir un mayor grado de satisfacción y, por consiguiente, de fidelización.



---

La gestión de los datos de clientes permite adaptar los canales de venta a sus necesidades y requerimientos con objeto de satisfacer sus demandas

---

## 4.2 EL PAPEL DE LOS DATOS EN LA INNOVACIÓN Y LOS INGRESOS

Los datos que nos aportan los clientes proporcionan información valiosa a los responsables de las empresas que pueden contribuir a **mejorar e innovar los productos y servicios ofrecidos**.

Para ser innovadores de verdad, las empresas deben poseer unos **buenos canales de recepción de datos** y contar con un buen sistema de análisis y tratamiento de estos. Así, podrán acercarse con mayor detalle a las preferencias de los clientes, saber qué quieren exactamente y detectar brechas entre lo que ellos quieren y lo que otras empresas están ofreciendo.

Además de innovar con productos nuevos y existentes, **los datos ayudan a las empresas a descubrir y capturar nuevas oportunidades**. Los datos permiten a las empresas predecir las tendencias, desde los patrones de gasto de los consumidores hasta las tendencias macroeconómicas, permitiéndoles agrupar sus recursos y colocarse en la mejor posición para ser los primeros en moverse en los mercados emergentes y futuros.



---

Innovar en el tratamiento de los datos y usar para ello las herramientas que nos proporciona la transformación digital favorecerá de forma importante la fidelización de nuestros clientes y la captación de otros nuevos, ayudando sin duda al incremento de la actividad de la empresa y de sus ingresos.

---



## 5 ¿CÓMO SON Y QUÉ BUSCAN LOS NUEVOS CLIENTES DIGITALES?

### 5.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS NUEVOS CLIENTES



#### Exigentes y demandantes de atención

Los nuevos clientes digitales exigen acceder a productos y servicios de forma inmediata y desde cualquier lugar. Además, requieren de una atención personalizada que les permita sentirse seguros con la elección realizada. Buscan servicios correctos, amigables y eficaces.

Debido a la cantidad de datos que manejan y al poder de influencia que saben que tienen, condicionan la actividad de las empresas, trasladándoles a éstas sus necesidades en cuanto a la calidad de los productos y servicios ofertados. La denominada "experiencia del cliente" que han incorporado muchas empresas a sus canales de información es consecuencia de ello.



## Inteligentes y con capacidad de tomar decisiones

La cantidad de datos que reciben y consumen los clientes digitales a través de distintas y variadas fuentes les hacen alcanzar mayor grado de conocimiento sobre los productos y servicios, favoreciendo con ello la toma de decisiones final. De esta forma, los clientes tienen más elementos de juicio para valorar la calidad de lo que consumen.

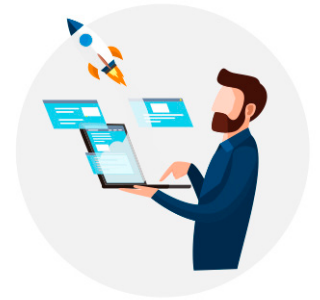
Los nuevos clientes digitales saben lo que quieren, cómo lo quieren y cuándo lo quieren.

---

## Claros, concisos y concretos

El cliente digital quiere acceder a servicios y productos de forma rápida, sin esperar demasiado tiempo, sobre todo cuando realiza compras por internet. Si le lleva mucho tiempo encontrar lo que busca en una web, terminará por buscar en otro sitio que le ofrezca mayor rapidez de acceso al servicio o producto que busca.

Quieren que el proceso de compra o contratación de servicios sea una experiencia agradable, sencilla y rápida.



## Comparten sus experiencias con la comunidad

Los usuarios son la clave y el eje central de la transformación digital. El usuario ha ganado poder durante los últimos años y, sabedor de ello, es consciente de que sus opiniones sobre productos y servicios, unidas a las de otros usuarios, pueden modificar la realidad y condicionar la actividad de las empresas.

Compartir experiencias sobre productos y servicios a través de páginas web, redes sociales y apps se ha convertido en algo muy común que las empresas deben tener en cuenta a la hora de diseñar estrategias que les permitan ganar en competitividad. Compartir una experiencia digitalmente que pueda viralizarse y llegar en cuestión de horas o minutos a miles de clientes potenciales exige a las empresas que ofrezcan mejores productos y servicios, además de una mejor atención.

---

## El cliente digital es cambiante

El reto de las empresas es fidelizar al mayor número de clientes, ofreciéndoles productos y servicios con los que queden satisfechos, y que ello pueda ser reclamo para seguir aumentando en clientes y facturación final.

Este reto se hace mayor hoy en día debido a la necesidad de cambio del cliente, ya que es propenso a probar distintos productos, a compararlos, a buscarlos a través de diferentes canales y proveedores, incluso antes de tomar la decisión de adquirir los mismos. Con una oferta tan amplia al alcance de la mano, a un clic de distancia, las empresas deben redoblar esfuerzos para retener al mayor número de clientes.





## El cliente digital busca un trato personalizado

La diversidad de empresas ofertando productos y servicios similares provoca también que el cliente busque aquellas en la que mejor se le atienda, siendo el trato personalizado una característica principal buscada por la mayoría de los clientes digitales.

El cliente digital buscará y comparará hasta encontrar una empresa que satisfaga sus necesidades en la forma en que desea, propiciando y exigiendo que ello se cumpla finalmente. Así, cuanto mayor capacidad de personalizar productos y servicios tenga la empresa más posibilidades de venderlos tendrá y, con ello, más probabilidades de fidelizar a esos clientes.



Si tuviéramos que resumir todas las características de los clientes digitales en una, esta sería sin duda la **exigencia**.

- ▣ Exigencia a la empresa para ofrecerle un buen producto o servicio
- ▣ Exigencia de un trato personalizado, rápido y directo

Es en la **satisfacción de esta exigencia** en donde las empresas pueden marcar la diferencia con respecto a sus competidores. Es ahí donde la transformación digital puede ofrecer todo un abanico de posibilidades para que así sea.



# 6

## PLAN PARA ABORDAR LA DIGITALIZACIÓN

A la hora de embarcarse en un proceso de digitalización de la empresa, es preciso **tener un plan bien definido y estructurado** para que el proceso sea satisfactorio y, con ello, podamos cumplir los objetivos que nos hemos marcado.

### 6.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE DIGITALIZACIÓN

El **Plan de Digitalización** contemplará los siguientes objetivos fundamentales:

▣ **Mejorar las ventas y la relación con los clientes:** los nuevos canales de venta y atención al cliente, así como el uso de herramientas tecnológicas que posibilitan un mejor conocimiento de estos contribuirán a incrementar las ventas de la empresa, así como a elevar el nivel de satisfacción de los clientes, favoreciendo además su fidelización.

▣ **Más ahorro y mejor control de las infraestructuras:** las nuevas plataformas y herramientas que se usan en los procesos de transformación digital permiten ahorrar costes de mantenimiento al reducirse los tiempos en los procesos y el coste asociado a contar con técnicos especialistas. Del mismo modo, la mayor integración que se produce entre los dispositivos de la empresa redundará en un mejor control de todos en su conjunto.

▣ **Mejorar la productividad, incrementando la eficiencia y flexibilidad:** con las herramientas que favorezcan la digitalización se ahorran tiempos en desplazamientos, consumos, se reducen tiempos de proceso y se mejoran las comunicaciones. Todo ello, redundará en una mejor productividad de la empresa en su conjunto.





## 6.2 PASOS DEL PLAN DE DIGITALIZACIÓN

Para implementar un **Plan de Digitalización** en la empresa es conveniente tener claros los pasos que deben darse para que el proyecto culmine con éxito y podamos alcanzar los objetivos fijados.

Los siguientes pasos pueden servirnos y orientarnos para la implantación del Plan de Digitalización:



<p>FASE <b>01</b></p>	<p><b>DIAGNÓSTICO PREVIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cómo se encuentra la empresa</li> <li>• Puntos fuertes y débiles</li> <li>• Aspectos a tener en cuenta</li> </ul>
<p>FASE <b>02</b></p>	<p><b>DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DIGITAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué estrategia seguir?</li> <li>• Definir responsables de su implementación</li> <li>• Identificación de recursos disponibles</li> </ul>
<p>FASE <b>03</b></p>	<p><b>PLAN DE FORMACIÓN INTERNA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptar capacidades, habilidades y metodología</li> <li>• Implicación de todo el personal de la empresa y su dirección</li> </ul>
<p>FASE <b>04</b></p>	<p><b>IDENTIFICACIÓN DE TIC E IMPLEMENTACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar mejores tecnologías disponibles y asequibles</li> <li>• Abordar cambio de mentalidad y modelo de negocio</li> </ul>
<p>FASE <b>05</b></p>	<p><b>IMPLEMENTACIÓN NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de relaciones empresa-clientes</li> <li>• Definir mejores canales de comunicación e implementación de los mismos</li> <li>• Incorporar RRSS y "experiencia de usuario"</li> </ul>



## 6.2.1 ELABORACIÓN DE DIAGNÓSTICO PREVIO

Resulta un paso esencial y crucial en todo proceso de implantación de un Plan de Digitalización: conocer **cómo** se encuentra la empresa, **cuáles** son los puntos fuertes y débiles de la misma y **qué** aspectos hay que tener en cuenta para el diseño de la hoja de ruta, es lo que se conoce como **Modelo de Madurez Digital**.

Es importante que el diagnóstico haga especial énfasis en la madurez digital de la empresa, para conocer los puntos débiles de la misma en este sentido y ser eficaces en la adopción de medidas para mejorarlos.

En Internet las empresas disponen de multitud de herramientas gratuitas que miden la madurez digital de la empresa. La Juna de Andalucía a través de su plataforma **Andalucía es digital** en el apartado dedicado a la **Empresa Digital**, ofrece un sencillo test de autodiagnóstico de madurez digital de tu empresa. Además, permite comparativas con otras empresas del sector y recomendaciones y recursos de interés para avanzar en tu Plan de Digitalización.



La plataforma [programaempresadigital.es](http://programaempresadigital.es) te permite realizar un rápido test de autodiagnóstico de la madurez digital de tu empresa.

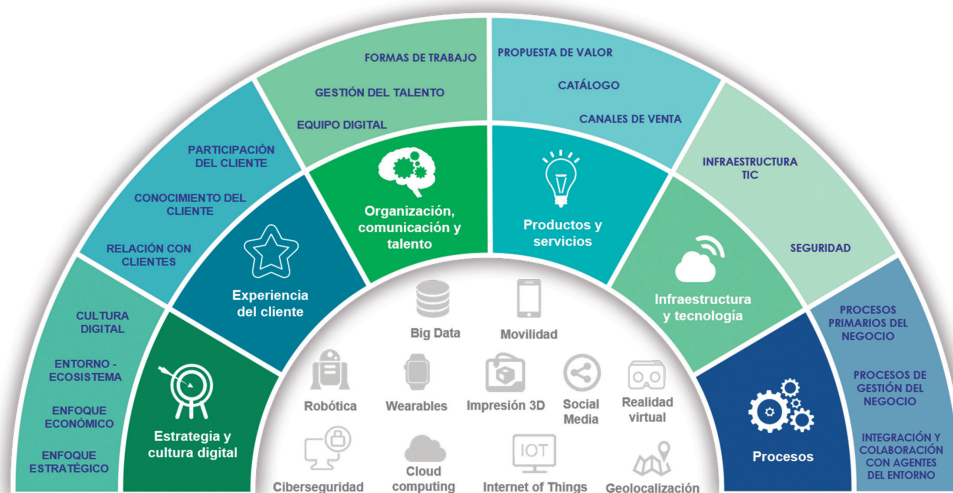


FIGURA 1. MODELO DE MADUREZ DIGITAL.  
FUENTE: EMPRESA DIGITAL. ANDALUCÍA ES DIGITAL. JUNTA DE ANDALUCÍA  
([HTTPS://WWW.EMPRESA.ANDALUCIAESDIGITAL.ES/](https://www.empresaandaluciaesdigital.es/))

## 6.2.2 DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

Toda vez que se ha llevado a cabo un estudio exhaustivo de la situación en la que se encuentra la empresa, es necesario diseñar **cuál será la estrategia** a seguir por la misma, así como todos los responsables de su implementación.

Es conveniente identificar todos los recursos digitales con los que puede contar la empresa a corto, medio y largo plazo, y cómo combinar los mismos con las actividades que viene desarrollando la empresa hasta ese momento. Debemos identificar igualmente los recursos externos e internos que pueden contribuir a la implementación del plan de digitalización, además de los enfoques estratégico y económico.



## 6.2.3 PLAN DE FORMACIÓN INTERNA

La formación de todo el personal de la empresa (dirección incluida) es un aspecto básico y fundamental en todo proceso de implementación de una estrategia digital en la empresa. Adaptar las capacidades y habilidades del personal de la empresa al nuevo entorno de trabajo y metodologías que conlleva la transformación digital supone un cambio de cultura y mentalidad que debe producirse y que contribuirá sin duda al cumplimiento de los objetivos propuestos.

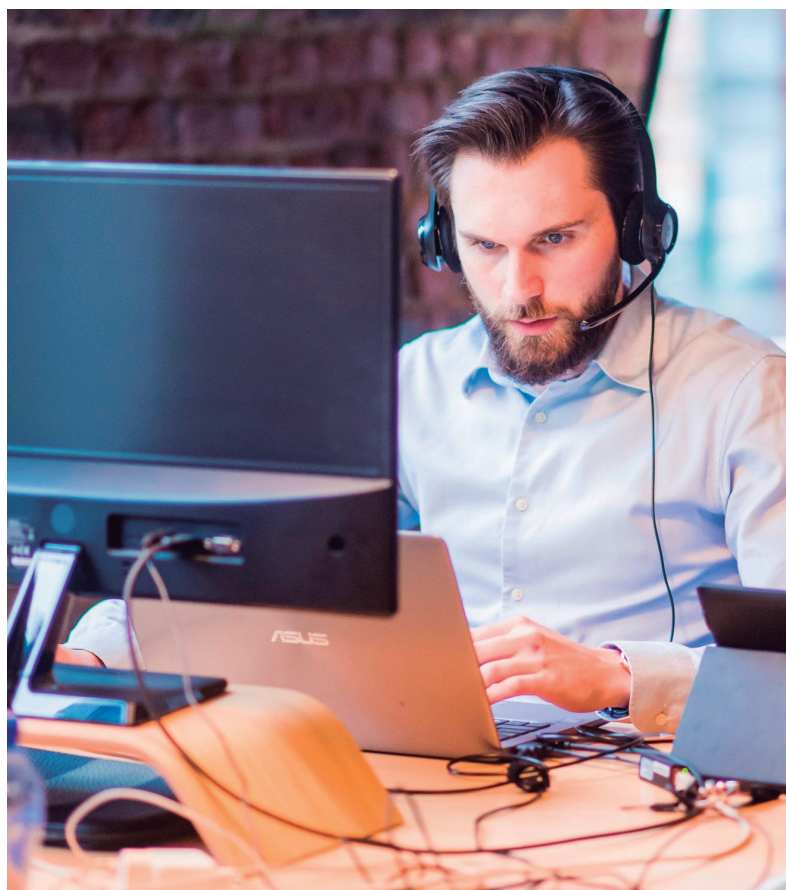


## 6.2.4 IDENTIFICACIÓN DE HERRAMIENTAS TIC NECESARIAS E IMPLEMENTACIÓN

Abordar la transformación digital en la empresa requerirá contar con el uso de las NNTT disponibles. En este sentido, será necesario identificar aquellas que mejor ayudaran a la empresa en este proceso, en función del modelo de negocio que se venga desarrollando.

El paso a la digitalización no se trata solo de incorporar NNTT a la empresa, sino **abordar el cambio de mentalidad y de modelo de negocio** adaptando la misma a las nuevas necesidades y requerimientos e incorporando aquellas herramientas y tecnologías que mejor se adapten al mismo.

- ▣ Plataformas para tiendas on-line.
- ▣ Redes sociales y blogs.
- ▣ Herramientas para la mejora de la comunicación y su gestión, tanto externas como internas.
- ▣ Servicios de almacenamiento tipo nube.
- ▣ Aplicaciones para control de procesos y trabajos desarrollados.
- ▣ Software específico para Pymes.
- ▣ Herramientas para mejorar la seguridad.
- ▣ Chatbots e inteligencia artificial.
- ▣ Big Data.



## 6.2.5 IMPLEMENTAR NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN

El cambio de modelo empresarial que supone la transformación digital conlleva un **cambio de la relación entre la empresa y sus clientes**, y en el que el uso de las NNTT jugará un papel esencial.

La apertura de nuevos canales para promocionar y hacer llegar productos y servicios a los clientes, así como para contar con la opinión y valoración de estos (a través de web y perfiles en redes sociales) contribuirán a poner al cliente en el centro de la estrategia, objetivo último que se persigue con este proceso.

Los perfiles en redes sociales, las aplicaciones, webs interactivas... son recursos que deben tenerse en cuenta a la hora de avanzar hacia nuevas formas de comunicación empresarial.



A la hora de implementar nuevos canales de comunicación, deberán considerarse los siguientes aspectos:




- ▣ **Entender y optimizar la experiencia de usuario.** La experiencia de los clientes es necesario cuidarla, tenerla en cuenta y canalizarla. Es importante conocer cómo lleva a cabo este proceso la empresa para identificar los procesos de mejora en este ámbito.
- ▣ **Definir estrategia a seguir en RRSS.** La estrategia en RRSS debe ser clara y concreta, que permita enganchar al público objetivo (potenciales clientes). Para ello será necesario conocer de forma exhaustiva cómo se comporta en este ámbito la competencia para tratar de identificar elementos diferenciadores.
- ▣ **Definir RRSS en las que habilitar perfiles.** Si la empresa no existe en RRSS, es como si no existiera, por lo menos para una gran mayoría de clientes potenciales. El proceso de digitalización deberá contemplar las RRSS que más se adapten al modelo de negocio y habilitar perfiles en las mismas.

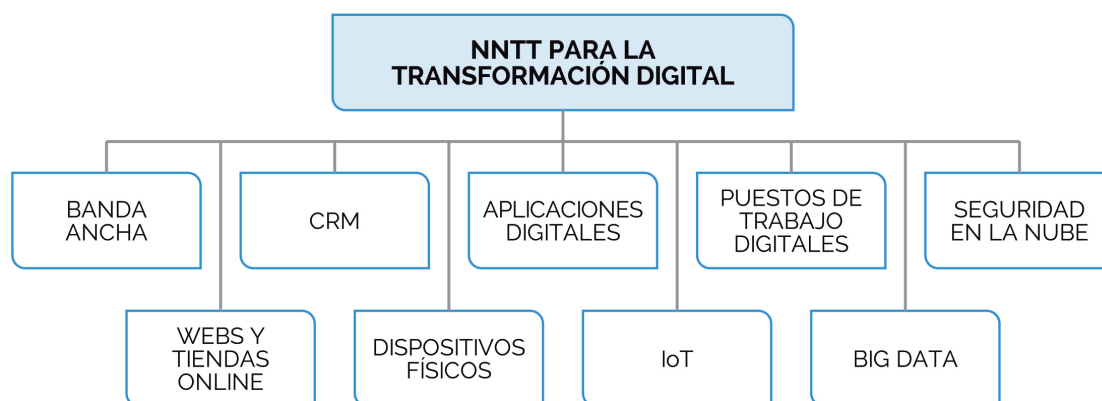
# 7

## ¿QUÉ TECNOLOGÍAS DEBERÍAN INCORPORAR LAS PYMES?

El proceso de incorporación de una nueva cultura digital en la empresa lleva implícito la incorporación de las NTTT para que el mismo sea un éxito y contribuya a cumplir los objetivos marcados.

Veremos a continuación qué tecnologías deben incorporar las PYMES que quieran dar el paso a la transformación digital en sus modelos de negocio.

	Conectividad mediante banda ancha fija y móvil que permita una conexión de calidad con los clientes, proveedores, administraciones y entre las aplicaciones y sistemas de la propia empresa.
	Plataformas de gestión inteligente de contactos multicanal (CRM), permitirán satisfacer las necesidades de clientes cada vez más exigentes.
	Aplicaciones digitales de gestión y ofimática, que permitan la accesibilidad desde cualquier dispositivo, integren información en tiempo real, faciliten la automatización de gestiones y posibiliten facturación electrónica.
	Puestos de trabajo digitales y que favorezcan la movilidad para ahorrar costes
	Herramientas de seguridad vinculadas a la nube que posibiliten la recuperación de la información en caso de pérdida, así como aquellas que permitan proteger las comunicaciones y la transmisión de datos
	Páginas webs y tiendas on line que permitan mejorar los canales de información y venta de productos y servicios
	Herramientas y dispositivos que digitalicen los puntos físicos de contacto con los clientes (locales, instalaciones...) con objeto de mejorar su conocimiento y acercar la empresa a los clientes
	Herramientas y dispositivos que digitalicen los puntos físicos de contacto con los clientes (locales, instalaciones...) con objeto de mejorar su conocimiento y acercar la empresa a los clientes
	Herramientas y dispositivos que digitalicen los puntos físicos de contacto con los clientes (locales, instalaciones...) con objeto de mejorar su conocimiento y acercar la empresa a los clientes



# 8

## RECURSOS DISPONIBLES PARA EMBARCARSE EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

### 8.1 RECURSOS EN ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

**SECRETARIA DE ESTADO PARA EL AVANCE DIGITAL. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA.**  
<http://www.mineco.gob.es/portal/site/mineco/advancedigital>

**INDUSTRIA CONECTADA 4.0. MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO.**  
<https://www.industriaconectada40.gob.es/Paginas/index.aspx>

**PORTAL DE ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA. GOBIERNO DE ESPAÑA.**  
<https://administracionelectronica.gob.es>

**RED.ES. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA.**  
<https://ww.red.es>

**ANDALUCÍA ES DIGITAL. JUNTA DE ANDALUCÍA.**  
<https://www.andaluciaesdigital.es/transformacion-digital>

**EMPRESA DIGITAL. PLAN DE ACCIÓN EMPRESA DIGITAL 2020. JUNTA DE ANDALUCÍA.**  
<https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Memoria%20Plan%20EmpresaDigital.pdf>

**GUÍA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE PYMES INDUSTRIALES. GOBIERNO DE ARAGÓN.**  
[http://www.aepi.es/attachments/content\\_file\\_1868\\_0.pdf](http://www.aepi.es/attachments/content_file_1868_0.pdf)

### 8.2 CÁMARAS DE COMERCIO Y OTRAS ORGANIZACIONES

**OFICINA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL (OTD) DEL CLANER.**  
<http://otd.claner.es/>

**"ESPAÑA EMPRESA DIGITAL. GUÍA BÁSICA PARA LA TD EN LA PYME".  
CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA.**  
[https://empresadigital.camara.es/sites/empresadigital.camara.es/files/generica/guia\\_espana\\_empresa\\_digital\\_1.pdf](https://empresadigital.camara.es/sites/empresadigital.camara.es/files/generica/guia_espana_empresa_digital_1.pdf)

**RECOMENDACIONES PARA LA DIGITALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS. CEOE.**  
[https://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/publications\\_docs-file-536-recomendaciones-para-la-digitalizacion-de-las-empresas.pdf](https://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/publications_docs-file-536-recomendaciones-para-la-digitalizacion-de-las-empresas.pdf)

**OFICINA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL CÁMARA DE COMERCIO DE SEVILLA.**  
<https://camaradesevilla.com/soluciones-empresariales/transformacion-digital/oficina-transformacion-digital/>



red.es

Transformación  
digital en PYMES



**Asociación de Energías  
Renovables de Andalucía**  
c/ Esperanto, 4 - Entreplanta.  
29007. Málaga  
Email: [claner@claner.es](mailto:claner@claner.es)  
Teléfono: 951 66 66 68  
CIF: G93176980