

Mejora la Presencia Digital de tu Empresa Náutica



¿Conoce las competencias digitales de su empresa náutica?

La [herramienta DigiCulTS Quick-Check](#) permite a las PyMEs tomar una instantánea para resaltar las fortalezas y debilidades de su status quo digital. Los empleados y gerentes pueden utilizar Quick Check para analizar las competencias digitales en sus empresas. Los informes que especifican las fortalezas y debilidades en competencias digitales se pueden utilizar como una herramienta para el desarrollo organizacional. A partir de los resultados, [recibirá una oferta flexible](#) para acceder a unidades de aprendizaje guiado que satisfaga eficazmente las necesidades de su empresa.

Sobre este curso

La digitalización y la transformación digital han adquirido especial importancia en los últimos años para **PyMEs**, siendo unos de los pilares principales de las **políticas nacionales y europeas**. La importancia de la digitalización se ha visto remarcada por la pandemia COVID-19, siendo muchas veces imposible el contacto cara-a-cara con el cliente y dando especial importancia a la comunicación online de la PyMEs. Según la investigación previa del proyecto DigiCulTS, las competencias digitales más importantes para las **PyMEs** en la industria náutica son: **la comunicación y colaboración online, la creación de contenidos online, la seguridad y protección de datos y la gestión digital de la empresa**.

En los últimos años, muchas PyMEs Náuticas tuvieron que cerrar o redujeron su volumen de negocio debido a la falta de clientes. Esto manifiesta una alta dependencia del sector a la temporada turística, así cómo una falta de adaptación de estas empresas

para poder ofrecer sus servicios sin ser necesario el contacto personal y no depender de la estacionalidad turística.

Las competencias que vamos a tratar se han identificado cómo algunas de las más importantes para la **industria náutica de recreo**, mediante la **investigación previa** con cuestionarios y entrevistas a profesionales del sector, con el [método de personas ficticias](#), las lluvias de ideas entre los socios del proyecto y la interacción con **profesionales del sector** en talleres interactivos. El sector del **turismo náutico y costero** incluye **muchos subsectores** con necesidades específicas (alquiler y venta de embarcaciones, mantenimiento y refit de embarcaciones, venta, producción e instalación de componentes, astilleros, servicios adicionales, etc.) y el módulo siguiente le ayudará a profundizar en algunas competencias digitales que pueden ser útiles para una gran mayoría de las PyMEs del sector.

En este módulo le ayudaremos a responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo mejoro la comunicación digital de mi empresa náutica? ¿Cómo creo contenidos online para promocionar mi negocio?
- Mejore el márketing digital de su empresa náutica
- ¿Cómo digitalizo mi empresa? Conceptos y herramientas básicas
- ¿Qué herramientas digitales pueden utilizar las empresas náuticas en diferentes sectores?

Tu anfitrión

Este módulo ha sido diseñado por [Sea Teach](#) para el [Proyecto DigiCULTS](#). El proyecto está cofinanciado por el [Programa Erasmus+](#) de la Unión Europea.

Lecciones que aprenderá en este módulo:

- Sabrá mejorar la **comunicación** online de su empresa: interactuando, compartiendo y colaborando mediante tecnologías digitales, creando y administrando la **identidad digital** de su PyME.
- Aprenderás a crear y reelaborar **contenidos online** para tu empresa y a establecer una estrategia eficaz de **marketing** online.
- Aprenderá algunos conceptos básicos y ejemplos para digitalizar su PyME náutica.
- Conocerá ejemplos prácticos de digitalización en empresas del sector náutico.

En este módulo, además, podrá debatir, **interactuar** y colaborar con sus compañeros de profesión de manera interactiva. Con todo, se tardará aproximadamente **unas 2 h** a realizar el curso completo, dependiendo del tiempo que se le dedique a los recursos adicionales.

Ahora, empecemos con el primer capítulo de este módulo:

- ≡ 1) La importancia de la transformación digital en el turismo náutico

- ≡ 2) Comunicación y colaboración online, creación de contenidos digitales

- ≡ 3) Conceptos y herramientas de márketing digital para tu empresa náutica

- ≡ 4) Herramientas para digitalizar su empresa náutica

- ≡ 5) Ejemplos prácticos de transformación digital en el sector náutico

1) La importancia de la transformación digital en el turismo náutico

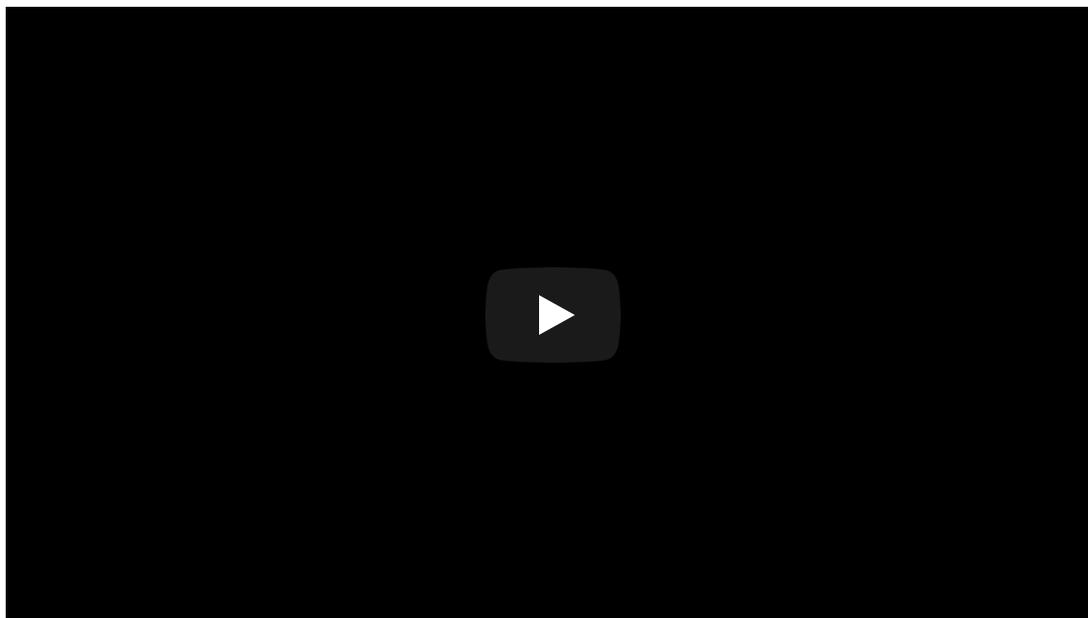


La PyMES no deben quedarse atrás en la transformación digital

La transformación digital ofrece una serie de ventajas y oportunidades de negocio. **En primer lugar**, permite generar experiencias nuevas en los clientes, creando con ellos vínculos de carácter emocional. **En segundo lugar**, mejora de forma notable la eficiencia operativa. Además, permite a las empresas responder de manera más rápida ante los cambios existentes en el mercado. Y, por último, promueve la cultura de la innovación en el interior de la compañía.

Las PYMEs deben adaptarse a las exigencias del mercado y a las nuevas necesidades de los consumidores del siglo XXI, sin caer en errores comunes como compararse con grandes gigantes tecnológicos, y creer que ya no pueden subirse al tren de la transformación digital o perder la esencia de su negocio.

 YOUTUBE



Transformación digital: hacia la Industria 4.0

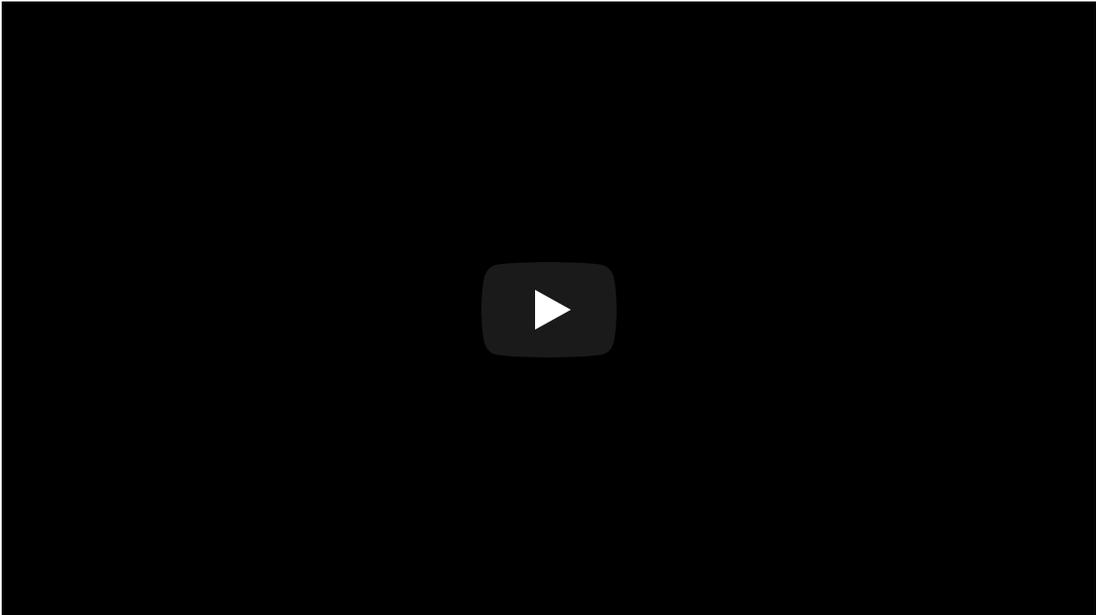
Introducción al bloque temático, destacando la importancia de la apropiación del concepto por parte de la PYME y de los emprendedores para la adquisición la ...

VER EN YOUTUBE >

El gobierno de España ha puesto en marcha una serie de iniciativas para la digitalización de la industria, como [Industria 4.0](#), o la estrategia de [España Digital 2025](#), que incluye cerca de 50 medidas agrupadas en diez ejes estratégicos con los que, durante los próximos cinco años, se pretende impulsar el proceso de transformación digital del país, de forma alineada con la estrategia digital de la Unión Europea, mediante la colaboración público-privada y con la participación de todos los agentes económicos y sociales del país.

Esta estrategia también incluye medidas encaminadas para acelerar la digitalización de las empresas, con especial atención a las micro PYMEs y las start-ups. Cabe destacar el [Programa Acelera PyME](#), iniciativa del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital destinada a construir el ecosistema de referencia de la transformación digital de las pymes nacionales e internacionales y que contará con más de 4.000 millones de euros de presupuesto.

 **YOUTUBE**



Acelera pyme: medida clave del Plan España Digital 2025.

VER EN YOUTUBE >





La importancia de la transformación digital para la industria náutica

La **transformación digital** supone un gran desafío importante para el sector turístico en España, en especial para la industria del turismo náutico y costero. Este subsector del turismo cuenta con muchas **PyMEs y micro-pymes** que aún no han apostado por la transformación digital y esto hace especialmente importante esta transformación, que trae un abanico de oportunidades, ya que ayuda a mejorar la competitividad, la profesionalización, la comercialización y la eficiencia, a la vez que hace posible un desarrollo sostenible del turismo náutico.

Esta transformación puede ayudar a mejorar la **resiliencia** de estas empresas frente a imprevistos, a mejorar la desestacionalidad del sector y para llegar a nuevos mercados y clientes. Hay que adoptar nuevas tecnologías y sobretodo, **nuevas formas de trabajar**.

Vamos a charlar con María, que pertenece a una empresa de chárter en Baleares. Empieza la conversa apretando en "Continue".



La transformación digital en la industria náutica

Esta es María. Forma parte de una empresa de alquiler de embarcaciones en Mallorca. Nos va a explicar cómo la transformación digital ha podido aportar nuevas soluciones a su empresa y al sector.

CONTINUAR

Scene 1 Slide 1

Continue → Next Slide



¿Ha tenido dificultades para mantener su PyME durante la pandemia?

1

Sí, ha sido un tiempo duro para mi empresa, ya que dependemos mucho del turismo.

2

No demasiado, nos hemos sabido adaptar rápidamente a la nueva situación, también a causa de la transformación digital de nuestra empresa.

Scene 1 Slide 2

0 → Scene 1 Slide 3

1 → Scene 1 Slide 3



¿Qué aspectos cree que puede aportar la transformación digital a su empresa náutica?

1

No estoy seguro de lo que puede aportar la transformación digital a mi empresa náutica.

2

Creo que puede aumentar la competitividad de mi empresa, llegar mejor y a nuevos clientes, mejorar la productividad y la sostenibilidad ambiental...

Scene 1 Slide 3

0 → Scene 1 Slide 4

1 → Scene 1 Slide 4



Módulo 5: Ejemplos prácticos de transformación digital

En el quinto capítulo de nuestro curso analizamos algunos ejemplos prácticos de transformación digital en la industria náutica. ¡Échele un vistazo!

COMENZAR DE NUEVO



Scene 1 Slide 4

Continue → End of Scenario

Conceptos básicos: comunicación y colaboración online, creación de contenidos digitales, seguridad y protección de datos

Vamos a ver un resumen de las definiciones de estas 3 competencias digitales, según [DigiComp](#), el Marco Europeo de Competencias Digitales.

Comunicación y colaboración online	Creación de contenido digital	Seguridad
Interactuar, compartir y colaborar a través de tecnologías digitales:	Desarrollo, integración y reelaboración de contenidos digitales:	Protección de datos personales y privacidad:
<p>Interactuar, compartir datos, información y contenido digital con otros a través de una variedad de tecnologías digitales y comprender los medios de comunicación digital apropiados para un contexto dado. Conocer las prácticas de referenciación y atribución. Utilizar herramientas y tecnologías digitales para procesos colaborativos.</p>	<p>Crear, editar modificar, refinar, mejorar e integrar información y contenido contenido digital en diferentes formatos para crear nuevos contenidos y conocimientos, expresarse a través de medios digitales.</p>	<p>Proteger los datos personales y la privacidad en entornos digitales. Comprender cómo usar y compartir información de identificación personal mientras puede protegerse a sí mismo y a los demás de daños. Comprender que los servicios digitales utilizan una "Política de privacidad" e informar cómo se utilizan los datos personales.</p>
Gestión de la identidad digital:	Copyright y licencias:	

Comunicación y colaboración online	Creación de contenido digital	Seguridad
<p>Crear y gestionar una o varias identidades digitales, poder proteger la propia reputación, tratar los datos que se producen a través de diversas herramientas, entornos y servicios digitales.</p>	<p>Comprender cómo se aplican los derechos de autor y las licencias a los datos, la información y el contenido digital.</p>	

¿Qué importancia tienen estas competencias digitales en la náutica de recreo?

Vamos a explicar las diferentes competencias en los siguientes módulos, pero nos vamos a quedar con algunas palabras clave sobre cómo estas competencias digitales pueden ayudar a su empresa náutica.

Comunicación, colaboración y creación de contenidos digitales - Aumentar la competitividad, mejorar la resiliencia frente a cambios, captar a nuevos clientes.

Transformación digital de su empresa náutica - Digitalizar procesos, mejorar la eficiencia y el uso de recursos, IoT, análisis de datos.

Seguridad, copyright y licencias - Proteger datos sensibles y respetar licencias y privacidad en entornos digitales.





Otras lecturas y recursos

Estrategia España Digital 2025

Conoce la estrategia del gobierno de España para impulsar la transformación digital hasta el año 2025.

[LEE MÁS](#)

Industria Conectada 4.0

Impulsa la transformación digital de la industria española mediante la actuación conjunta y coordinada del sector público y privado de todas las empresas.

[LEE MÁS](#)

Acelera pyme

¡Únete al cambio digital!

[LEE MÁS](#)

Conferencia Online Cluster Marítimo Español (CME)

Escucha la conferencia online que dió el CME, junto al Centro Tecnológico Naval y del Mar (CTN) el pasado 30/06/2021, sobre digitalización y sostenibilidad en la economía azul.

LEE MÁS

DigComp

El Marco Europeo de Competencia Digital, también conocido como DigComp, ofrece una herramienta para mejorar la competencia digital de los ciudadanos. Hoy en día, ser competente digitalmente significa que las personas deben tener competencias en todas las áreas de DigComp.

LEE MÁS



¿Qué lecciones ha aprendido en este capítulo?

Lecciones aprendidas

En este primer capítulo, nos hemos centrado en la **importancia de la transformación digital en la industria náutica**. Hemos considerado tres aspectos importantes:

- **No quedarse atrás** y cómo el gobierno español apuesta por la digitalización y transformación digital con diferentes planes y programas
- **La importancia de la transformación digital en la industria náutica**
- **Conceptos y aspectos básicos** para la transformación digital en la industria náutica.

Después de aprender algunos conceptos básicos y la importancia de la transformación digital, vamos a continuar con uno de los aspectos más importantes para mantener la competitividad de su empresa: la **comunicación y colaboración online**.

Capítulo 2: Comunicación y colaboración online, creación de contenidos digitales

2) Comunicación y colaboración online, creación de contenidos digitales



La comunicación online: Clave para mantener el nivel competitivo

En el curso DigiCulTS "[Promoviendo la Transformación Digital](#)" se explican algunos aspectos clave de la comunicación digital, el manejo de la identidad digital y consejos para la comunicación digital de la empresa. También puedes encontrar más recursos sobre el tema en nuestra [biblioteca virtual](#).

En este capítulo nos centraremos en las competencias que se consideran más importantes en la comunicación y colaboración online y la creación de contenidos digitales para la industria náutica de recreo:

- Interactuar, compartir y colaborar mediante tecnologías digitales
- Manejar nuestra identidad digital
- Creación de nuevos contenidos digitales

Estas competencias se han identificado cómo algunas de las más importantes para la industria náutica de recreo, en concreto para empresas directamente dependientes del turismo (estacional), pero son muy importantes para todo el sector: para **captar nuevos clientes, mejorar la competitividad, crear valor añadido y mejorar la experiencia del cliente**, entre otras.

Vamos a explicar, una por una, las competencias digitales en **comunicación online** y algunos consejos para mejorarlas en su empresa náutica.



1) La comunicación online es indispensable en el sector de la náutica de recreo

El sector turístico, y en concreto la **náutica de recreo**, está sufriendo una transformación digital debido a los avances en las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Además, existe una **alta competencia** para atraer a nuevos clientes y las demandas de los clientes se transforman con la nueva sociedad digital. **La transformación digital** del sector está causando que desaparezcan muchos intermediarios, pero a la vez aparecen nuevas oportunidades y modelos de negocio. Estos nuevos modelos de negocio muchas veces están relacionados con las nuevas tecnologías y disminuyen **las barreras de entrada**, haciendo que el mundo de la náutica de recreo sea más accesible a un mayor número de personas.



Las **formas de comunicación** están cambiando. El mundo del la náutica no puede quedarse atrás y debe integrar y aprovechar las oportunidades de la comunicación online.

Crear un valor añadido mediante la comunicación online

Las nuevas tecnologías permiten crear un valor adicional a nuestro producto o servicio. La oferta de las PyMEs náuticas no debe limitarse a la venta de un producto o servicio, cómo podría ser el alquiler de un barco, el mantenimiento de una embarcación o la venta de un producto para la náutica de recreo. Las nuevas tecnologías permiten crear una experiencia **holística**, que incluye la comunicación preventa, el seguimiento postventa y el intercambio de información entre el cliente y la empresa.

2) La presencia digital de su empresa náutica - Conceptos básicos

La presencia online de su empresa náutica permite interactuar con sus clientes a través de muchos canales diferentes. Esta presencia digital incluye la comunicación online y el márketing digital; permite llegar a nuevos clientes, mejorar la comunicación, la satisfacción y fidelización de los clientes. Además, permite adquirir **información, comentarios y opiniones** de nuestros clientes para mejorar nuestro producto o servicio.



Los canales de comunicación de la empresa són muy importantes. La transformación digital permite incorporar nuevos canales y posibilidades de márketing.

Conceptos básicos

Cuando hablamos de la presencia online de la empresa, y según los comentarios de diferentes empresas del sector, que incluyen compañías de chárter y venta de barcos, empresas de mantenimiento, astilleros, deportes náuticos y de servicios, hemos visto **algunos temas que se consideran importantes en el sector**. Vamos a repasar algunos conceptos.



Wordpress es la herramienta para la creación de página web más usada, aunque existen muchas otras alternativas. Puedes consultar un tutorial básico [aquí](#), aunque se pueden encontrar muchos contenidos y vídeos online.

Creación de páginas web

Debe ser la herramienta básica para presentar tu producto o servicio.

Nuestra página web es el **portal principal** para presentar nuestro negocio y tiene que ofrecer una experiencia atractiva y fluida para el usuario. Otra faceta importante són los **canales de comunicación** con el cliente en la web, que además necesitan estar perfectamente sincronizados con la comunicación a través de otros canales. La **identidad digital** de la empresa estará

principalmente representada a través de la web y debería ser **homogénea** visualmente con todos los otros canales de comunicación de la empresa. Por último, es altamente recomendable tener la función de **adquirir el producto de manera online**, y tiene que ser una experiencia fácil y fluida para el cliente.

Una de las herramientas más usadas para la creación de páginas web es Wordpress.



El [comercio electrónico](#) nos permite llegar a muchos potenciales clientes en todo el mundo. Es imprescindible que el cliente pueda realizar la compra de manera fácil, rápida y segura. Tiene que ser una experiencia agradable y fluida para el cliente.

E-commerce

El comercio electrónico –también conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés), comercio por Internet o comercio en línea– consiste en la **compra y venta de productos o de servicios a través de internet**, tales como redes sociales y páginas web. También puede ser definido como una actividad económica que permite el comercio de diferentes productos y

servicios a partir de medios digitales, como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales. Por medio de la red virtual, los clientes pueden acceder a diversos catálogos de marcas, servicios y productos, en todo momento y en cualquier lugar.



La experiencia del usuario incluye toda la experiencia que el cliente tiene con tu empresa o producto. Aprenda cómo mejorar la experiencia del usuario en tu web [aquí](#).

Experiencia del usuario

La experiencia del usuario (o UX, según las siglas en inglés), básicamente es cómo una persona se siente mientras usa cualquier producto o servicio digital que tu empresa ofrece. Esta experiencia debe ser agradable para el cliente en todos los canales de comunicación digital, incluyendo la página web, la tienda online o redes sociales. **Una experiencia agradable permitirá fidelizar a los clientes y facilitará la promoción y venta de nuestro producto.**

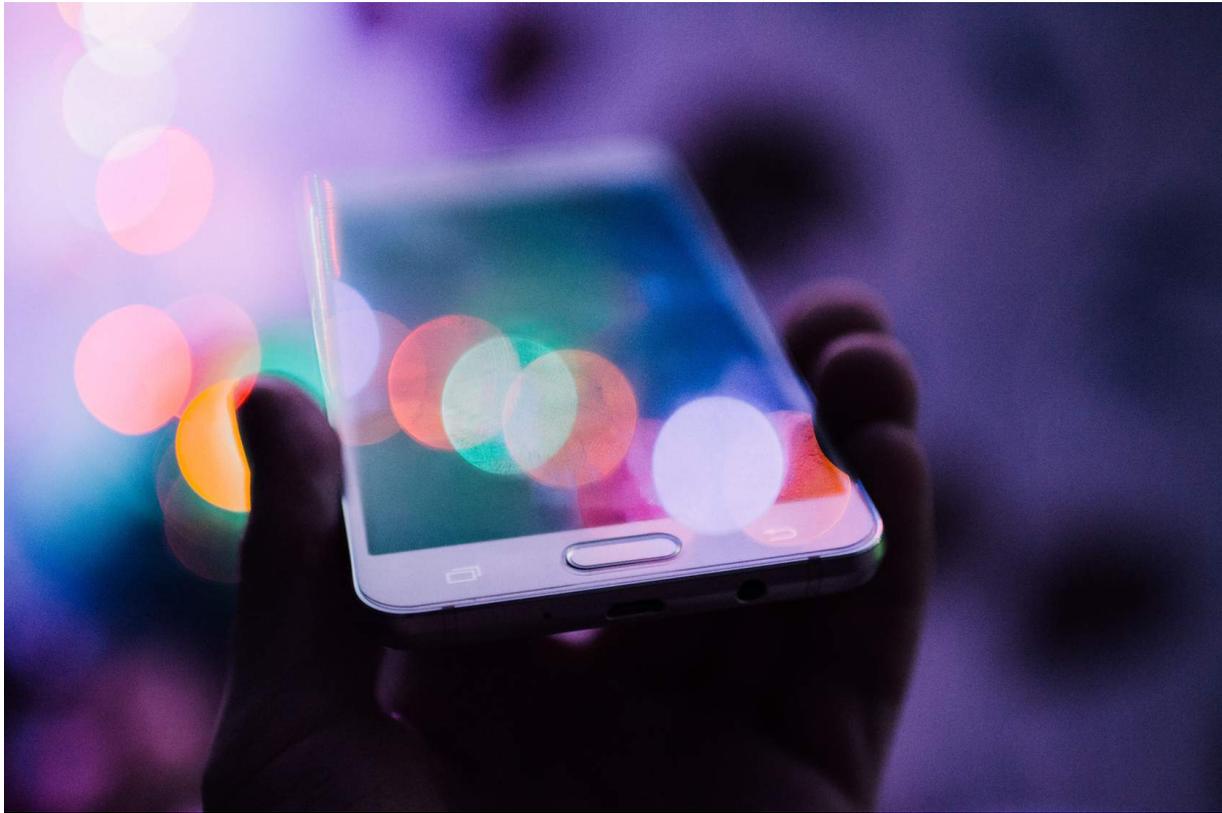
¿Qué canales de comunicación online constituyen la interacción de su empresa con el cliente?

- Las redes sociales.
- El correo electrónico.
- La tienda online.
- Todos son canales de comunicación online.

SUBMIT

3) Redes sociales e imagen corporativa

Las redes sociales constituyen un canal de comunicación cada vez más importante para llegar a nuevos clientes. Hay que considerar que diferentes redes sociales tienen diferentes perfiles de usuario y decidir qué redes sociales son más adecuadas para ofrecer nuestro producto o servicio. Las redes sociales deben ser un canal de comunicación adicional, pero no exclusivo, en nuestra estrategia de comunicación omnicanal. Aquí vuelve a tomar importancia el concepto de identidad o imagen corporativa digital.



La imagen corporativa adquiere especial importancia en la era digital, permitiendo identificar visualmente la 'marca' de su empresa. Aprende más sobre identidad e imagen corporativa [aquí](#).

Imagen corporativa

Mientras que la **identidad corporativa** es la “**personalidad**” de la empresa, incluyendo su historia, trayectoria, objetivos, valores y creencias, su cultura, filosofía de trabajo, su estrategia, sus recursos, sus productos y sus servicios. Es un conjunto de características con las que la organización se identifica, y que la diferencian de otras empresas. En cambio, la **imagen corporativa** se identifica con la identidad visual de la empresa, incluyendo también el diseño del logo y la página web, la interacción en redes sociales y permite identificar la marca fácilmente. Esta "imagen" debe ser consistente y homogénea en todos los diferentes canales de comunicación online de la empresa.



Las redes sociales son un canal importante para llegar a nuevos clientes. Es importante mantener una imagen corporativa en todos los canales de comunicación online.

Redes sociales

Las redes sociales son una herramienta importante para promocionar su producto o servicio. Diferentes redes sociales permiten llegar a diferentes usuarios. Cada red social tiene determinados aspectos visuales y contenidos digitales diferentes. En la creación de diferentes contenidos digitales es importante mantener una imagen identificativa, que permite identificar rápidamente a nuestra 'marca'. También es importante considerar aspectos cómo los derechos de autor o la privacidad, de lo que hablaremos más adelante.

¿Qué canales de comunicación online cree que son mejores para su empresa náutica?

Déjenos su opinión y participe de manera anónima. También podrá consultar las opiniones de otras empresas del sector en la sección de resultados. ¡Participe ya!

POLL

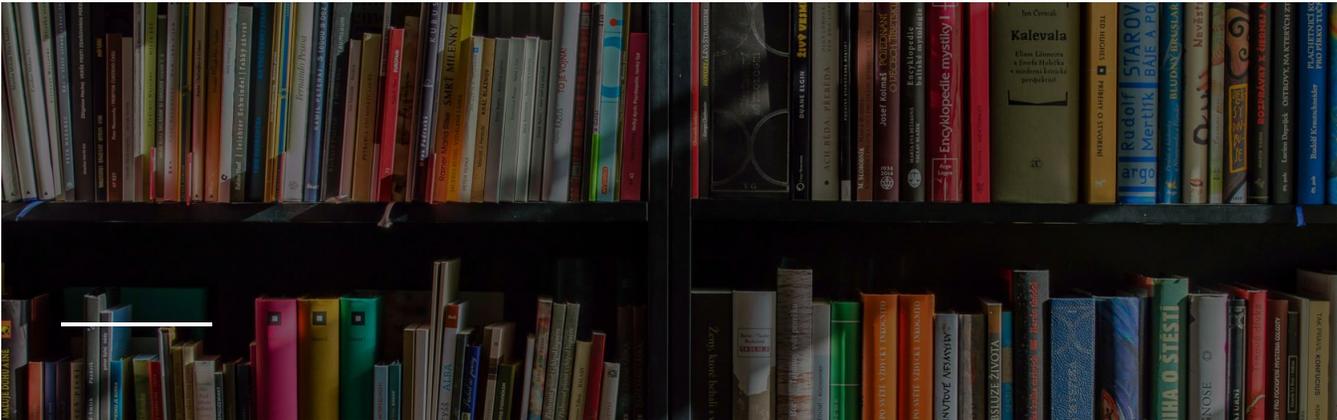


Get the responses you need, anywhere.

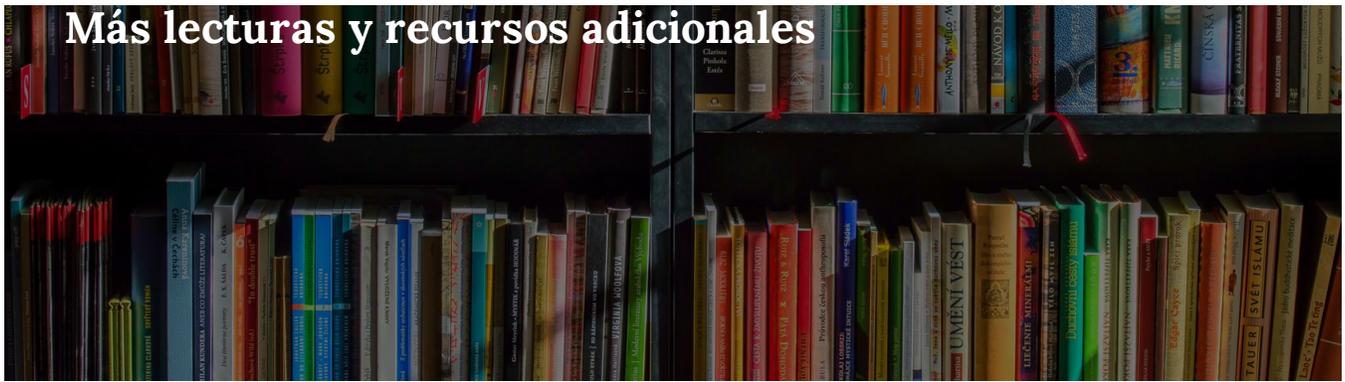
¿Qué canales de comunicación online crees que son mejores para tu empresa náutica?

Poll Answers: Página web, Tienda online, Redes sociales, Correo electrónico, Formulario de contacto, Boletín de noticias, Blogpost,

MÁS INFORMACIÓN POLL >



Más lecturas y recursos adicionales



10 estrategias de comunicación online para tu negocio

El Blog de Nagore García Sanz, periodista, consultora y formadora de comunicación y estrategia digital, que explica las mejores formas de comunicación online para tu empresa.

LEA MÁS

Tutorial Wordpress de 0 a 100

Consulte el Blog de Romuald Fons, influencer y experto en márketing digital.

LEA MÁS

Definición de comercio electrónico

Aquí la definición completa en Wikipedia.

LEA MÁS

5 claves para mejorar la experiencia de usuario en tu web

Aprenda cómo mejorar la experiencia de usuario en la web de tu empresa en el blog del estudio digital TTANDEM.

LEA MÁS

Diseño de imagen corporativa en la era digital

Aprenda más sobre cómo diseñar la imagen corporativa de su empresa, en el artículo escrito por María Julia Barbieri, en el blog de [Titular.com](https://titular.com).

LEE MÁS



¿Qué has aprendido en este capítulo?

Lecciones aprendidas

En este capítulo hemos aprendido sobre la importancia de la comunicación online para las empresas, para llegar a nuevos clientes, fidelizar clientes, mejorar la experiencia del usuario y nuestra imagen digital. Hemos introducido algunos conceptos básicos, que incluyen:

- **Creación de páginas web**

- **E-commerce**
- **Experiencia del usuario**
- **Imagen corporativa**
- **Redes sociales**

Capítulo 3: Conceptos y herramientas de marketing digital para su empresa náutica

3) Conceptos y herramientas de marketing digital para tu empresa náutica



Más conceptos y herramientas para digitalizar tu empresa náutica

Ahora que hemos introducido algunos conceptos básicos de la comunicación online, vamos a explorar algunos conceptos más avanzados en marketing y diferentes herramientas para digitalizar su empresa náutica. En el siguiente capítulo vamos a profundizar en los siguientes aspectos.



Existen diferentes herramientas y sistemas para promocionar nuestra empresa náutica en internet.

Qué conceptos de márketing online trataremos?

- SEO

- SEM

- Gestión de datos de clientes y CRM

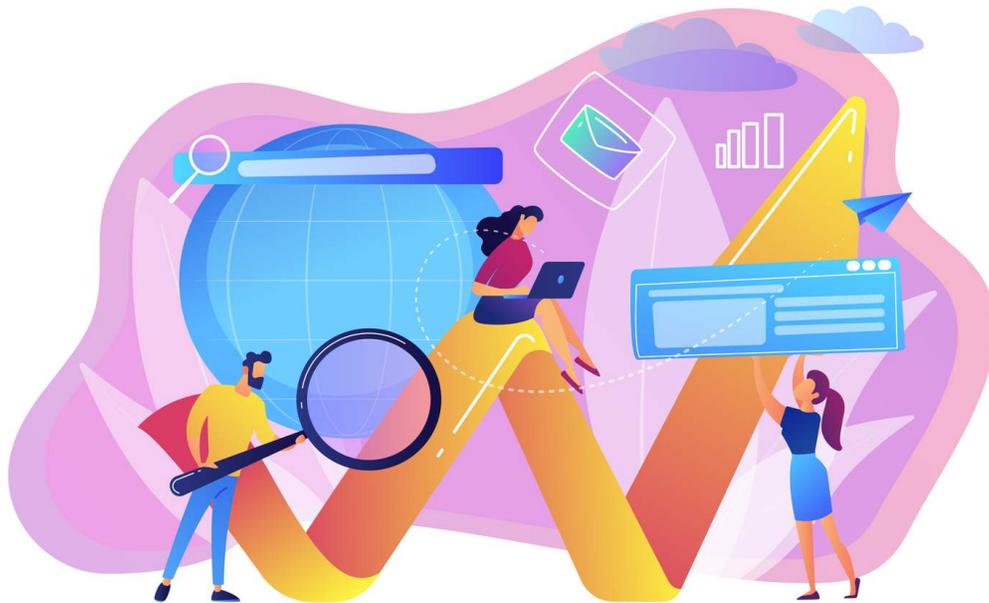
Primero, vamos a explorar algunos conceptos de **márketing online**. Cuando hablamos de márketing online, muchas veces se utilizan **acrónimos o abreviaciones**. ¿Pero, que significan? Veamos algunos ejemplos:



¿Quieres aprender más sobre el posicionamiento en buscadores? Consulte una guía completa [aquí](#).

SEO y SEM. ¿Qué significa?

El posicionamiento en buscadores, optimización en motores de búsqueda o **SEO** (del inglés **Search Engine Optimization**), es un conjunto de acciones orientadas a **mejorar el posicionamiento** de un sitio web en la lista de resultados de buscadores de internet. El SEO trabaja aspectos técnicos como la optimización de la estructura y los metadatos de una web, pero también se aplica a nivel de contenidos, con el objetivo de volverlos más útiles y relevantes para los usuarios.



SEM permite obtener resultados rápidos a cambio de pago. Consulte la definición [aquí](#).

¿Cuál es la diferencia entre SEO y SEM?

La mercadotecnia en buscadores web (**SEM** por las siglas del inglés **Search Engine Marketing**) es una forma de mercadotecnia en Internet que persigue aumentar la visibilidad y posicionamiento de un negocio o página web en las páginas de resultados de los motores de búsqueda. Son métodos SEM la publicidad de pago-por-clic mediante de anuncios en motores de búsqueda, permite obtener resultados de forma mucho **más rápida que el SEO** (Search Engine Optimization), que requiere de meses de trabajo y optimización. De este modo, al mismo tiempo que se trabaja el SEO para mejorar la calidad del contenido, diseño y estructura de una web, se pueden realizar campañas SEM que permiten obtener tráfico y potenciales clientes de forma casi inmediata.





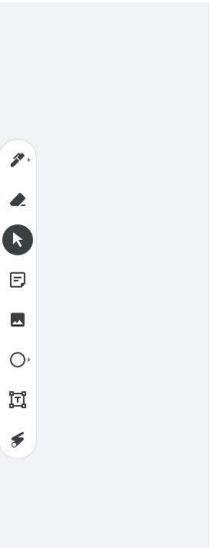
Comparta su experiencia e ideas con sus compañeros de profesión

Tiempo para reflexionar.

¡Dénos su opinión y comparta su experiencia! **¿Qué tipo de márketing online es mejor para digitalizar su empresa?** ¿Porqué?



Tiempo para reflexionar. Vale la pena.



¿Qué estrategia de marketing online crees que servirá mejor para impulsar la digitalización de tu empresa? ¿SEO o SEM?



¡Vamos a compartir nuestras ideas!

¡Comparta sus ideas!

Coge un post it y comparte tus ideas sobre qué estrategia consideras mejor. ¿SEO o SEM? ¿Porqué?

¿Cómo hacerlo? Abre el [Jamboard-link](#), coge un post it en la izquierda (vease imagen) y contribuye compartiendo tus ideas.

i **¿Aún no ha usado Jamboard?** Es fácil de usar e intuitivo. No necesitas iniciar sesión para usarlo. Si quieres aprender más sobre cómo usarlo, aquí tienes un [tutorial de Google](#).



Habrá oído alguna vez el término CRM. ¿Qué significa? CRM corresponde a la siglas Customer Relationship Management o lo que es lo mismo, la gestión de nuestras relaciones con los clientes. La definición de CRM comprende, además una gestión integral de todos nuestros puntos de

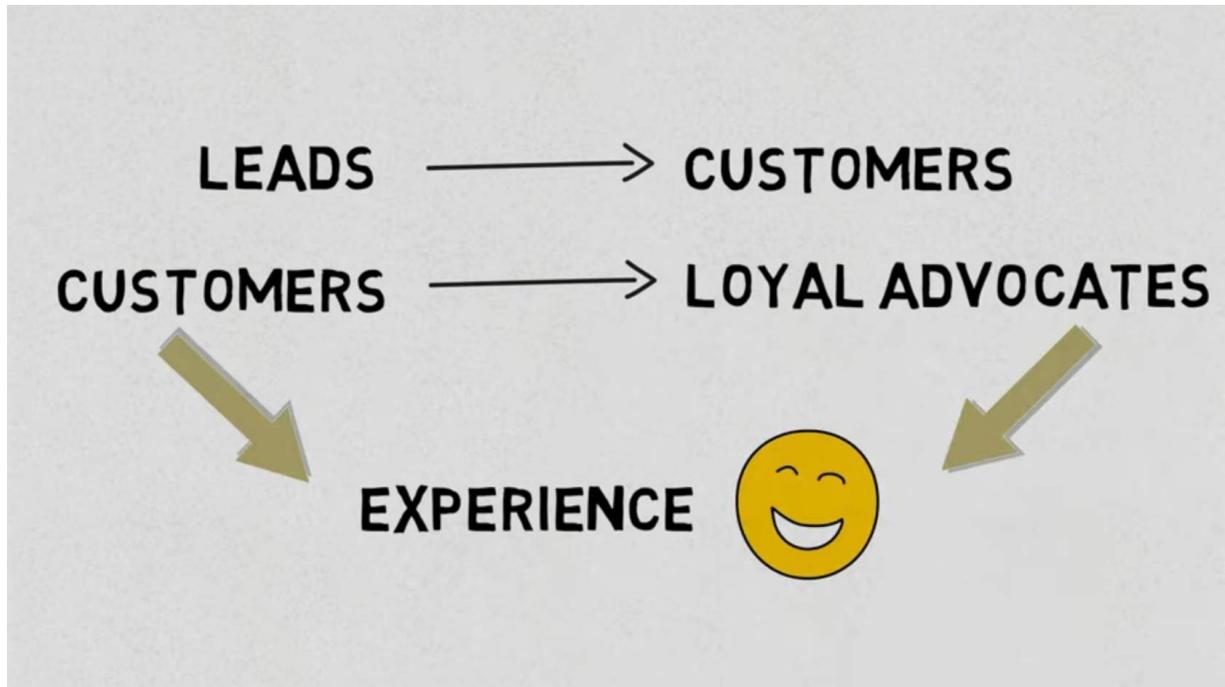
contacto con el cliente, ya sea en ventas, marketing, atención al cliente y todos los canales de comunicación con el cliente.

¿Qué hace un CRM? Muchas veces, el CRM es un programa informático que gestiona y almacena toda la información de nuestros clientes actuales y potenciales, y todos sus puntos de contacto con nuestra empresa.

Vamos a ver otra definición que se utiliza en un contexto de márketing. **Lead: En un contexto de ventas, se refiere al contacto con un cliente potencial.**

Con algunos conceptos aclarados, veamos algunas ventajas de un CRM.

- 1 Rastrea y administra la información de nuestros clientes.
- 2 Permite conectar todo su equipo desde cualquier dispositivo.
- 3 Captura de manera inteligente los e-mails y los datos de contacto de sus clientes.
- 4 Permite simplificar tareas repetitivas para poder hacer un seguimiento de leads más efectivo.
- 5 Puede proporcionar recomendaciones e insights instantáneos.
- 6 Se puede expandir y personalizar conforme a que la empresa crece.

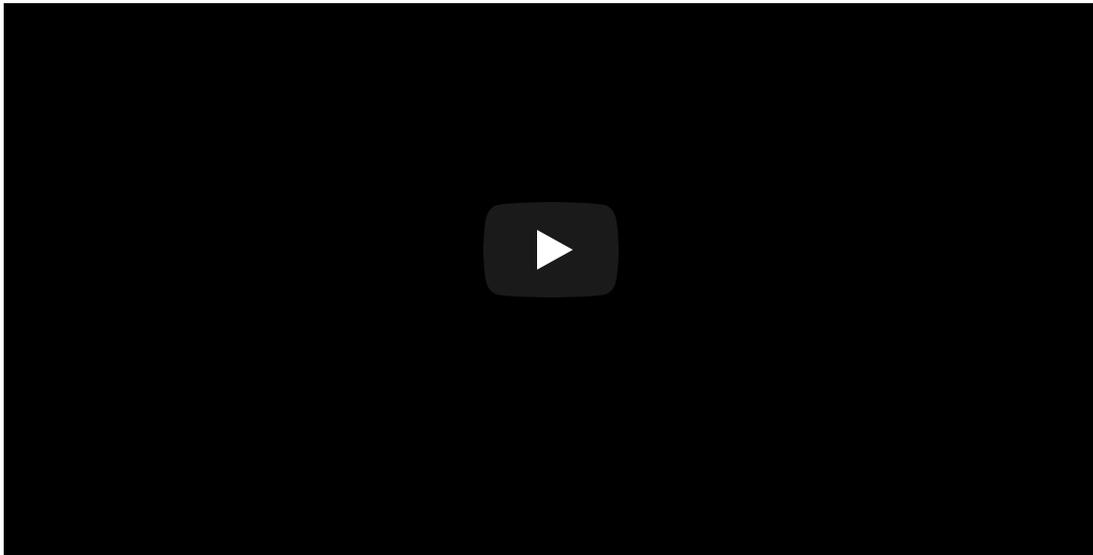


Gracias a un CRM, más clientes potenciales se pueden convertir en clientes fieles de nuestro producto y mejorar la experiencia del usuario.

En definitiva, un **CRM permite gestionar y optimizar la comunicación de la empresa con clientes actuales y clientes potenciales**, mejorando la **experiencia del usuario** y llevando a una mayor satisfacción con nuestro producto, con los beneficios económicos y de imagen que conlleva.

 Para vídeos en Inglés, puede visualizar subtítulos en castellano activando los subtítulos en la parte inferior del vídeo, luego clickando en configuración, subtítulos y luego traducir automáticamente.

 YOUTUBE



What is CRM? | A guide to CRM software by Zoho CRM

Customer Relationship Management (CRM) is an approach that helps businesses improve existing customer relationships and acquire new customers faster. Here's ...

VER EN YOUTUBE >





SEO: la guía completa

¿Quiere aprender más sobre el posicionamiento en buscadores? Consulte el artículo de André Mousinho en el blog de RockContent.

CONSULTE EL BLOG

Mercadotecnia en motores de búsqueda

Consulte la definición completa de Wikipedia.

LEA MÁS

What is CRM? | A guide to CRM software

¿Quiere aprender más sobre CRM? ¡Mire este vídeo explicativo de Zoho CRM!

MIRE EL VÍDEO



¿Qué hemos aprendido?

Lecciones aprendidas

En este capítulo hemos aprendido algunas sobre algunas herramientas y conceptos de marketing online.

- SEO
- SEM
- Gestión de datos de clientes y CRM

Es importante establecer una estrategia de marketing adecuada para llegar al máximo de posibles clientes y fidelizar los existentes. Existen opciones de pago para mejorar la comunicación de la empresa con los clientes y cada empresa debe considerar si le conviene una u otra opción.

En el siguiente capítulo vamos a analizar más herramientas para la digitalización de tu empresa náutica.

Veremos algunas herramientas de gestión y nuevos conceptos para continuar con la transformación digital en el sector náutico.

Capítulo 4: Herramientas para digitalizar tu empresa náutica

4) Herramientas para digitalizar su empresa náutica



En este capítulo vamos a profundizar en algunos conceptos y sistemas de gestión para su empresa náutica. Cómo muchos de los conceptos explicados anteriormente, se caracterizan por sus siglas en inglés: ERP, IoT, machine learning, smart sensors...

¿Quieres conocer lo que significan estos conceptos? ¡Sigue leyendo!



Habilidades digitales básicas para los trabajadores en empresas náuticas

La digitalización requiere habilidades digitales básicas y avanzadas

Tal y cómo hemos visto en la sección anterior, para implementar diferentes sistemas de gestión (CRM, ERP) o el manejo de la comunicación online de la empresa (ver capítulos anteriores) se requieren unas ciertas habilidades digitales mínimas, tanto para gerentes o trabajadores. Puede aprender algunas de estas habilidades en los cursos generales de nuestro [academia digital](#) y en nuestra [biblioteca online de recursos educativos abiertos](#). En el caso concreto de las empresas náuticas y también en su relación entre ellas, se ha visto que hacen falta algunas competencias básicas, cómo por ejemplo, cómo hacer una [factura electrònica](#) o firmas electrónicas, y la elaboración de **informes técnicos digitales**. En el caso de **pequeñas empresas de alquiler de barcos**, los patrones necesitan competencias digitales básicas (ver anteriormente). En empresas de **contrucción naval y mantenimiento**, los trabajadores necesitarán de una formación avanzada, por ejemplo, en sensores inteligentes.

Digitalización de procesos y sensores inteligentes

Para poder implementar sistemas de gestión más avanzados, primero es imprescindible la **digitización** y la **digitalización** (pasar de analógico a digital y automatizar procesos y servicios a partir de los datos obtenidos). Puedes volver a revisar estos conceptos en el curso general '[Promoviendo la transformación digital](#)'.

Para captar todos los datos que nos permitirán automatizar procesos y servicios, hacen faltar sensores. Existen todo tipo de sensores en el **sector náutico**, de temperatura, humedad, presión, viento, emisión de gases, posición y movimiento, de ángulos, de caudales, de niveles, de ruido, de desgaste, de profundidad, etc. **¿Cuándo son inteligentes estos sensores?** Los sensores inteligentes permiten recoger, procesar y transmitir datos en tiempo real, enviándolos a través de la conexión a Internet a la una central en tierra y o dispositivos móvil, esto permite adelantarse a las posibles incidencias que se puedan producir en cualquiera de los elementos monitorizados antes de que éstas ocurran, por ejemplo en empresas de mantenimiento o de alquiler de barcos. Los sensores de posición y de navegación pueden permitir el monitero en empresas de chárter, por ejemplo. Vamos a ver algunos ejemplos en el siguiente capítulo.



“Si tuviéramos computadoras que supieran todo lo que hay que saber sobre las cosas, utilizando los datos que recopilaron sin nuestra ayuda, podríamos rastrear y contar todo, y reducir en gran medida el desperdicio, la pérdida y el costo. Sabríamos cuándo las cosas necesitaban ser reemplazadas, reparadas o retiradas del mercado, y si estaban frescas o habían pasado su mejor momento. El Internet de las cosas tiene el potencial de cambiar el mundo, tal como lo hizo Internet.”

- Kevin Ashton, MIT, 1999



Las siglas ERP significan Enterprise Resource Planing. Consulta una definición [aquí](#).

Enterprise Resource Planing. ¿De qué se trata?

Un **sistema de sistema de planificación de recursos empresiales** se hace cargo de todas las distintas operaciones internas de una empresa, desde producción a distribución o incluso recursos humanos. En este caso también incluiría nuestro **sistema CRM** (consultar capítulo anterior). Se trata de un conjunto de aplicaciones de software integradas, que nos permiten **automatizar** la mayoría de las prácticas de nuestro negocio relacionadas con los aspectos operativos de nuestra empresa, facilitando y centralizando los datos de todas las áreas que la componen: compras, producción, logística, finanzas, recursos humanos, marketing, servicios, proyectos y atención al cliente. ¡Todo parecen ventajas! Pero también hay algunos inconvenientes, veamos.

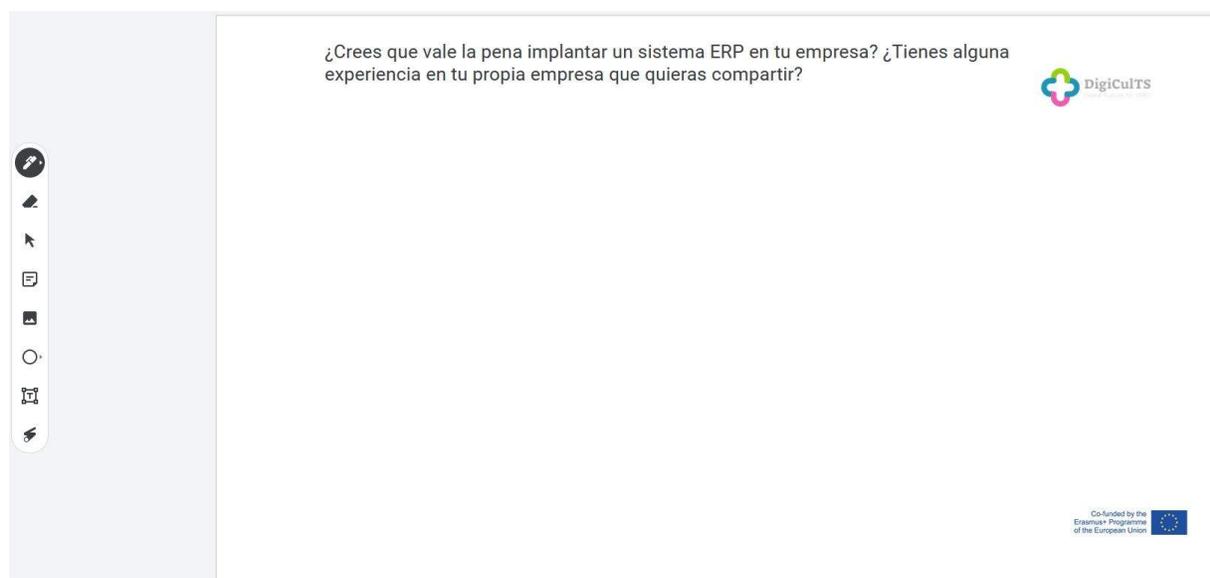
Ventajas e inconvenientes de un ERP

Ventajas	Inconvenientes
Permite automatizar los procesos de la empresa	Este tipo de programas suele tener un alto coste, a más personalización mayor coste
Toda la información de la empresa en una misma plataforma	Puede necesitar una infraestructura y un hardware previo
Todas las bases de datos de la empresa en un mismo programa	Necesita cierta preparación y habilidades digitales de los trabajadores
Permite ahorrar tiempo y costes	



Comparta su experiencia con sus compañeros

Hemos abierto una sala para compartir tus ideas en [Google Jamboard](#), es una manera de compartir y aprender de sus compañeros de profesión. Puede añadir sus ideas mediante post-its.



¡Vamos a compartir nuestras ideas!

Comparta sus experiencias:

¿Cree que vale la pena invertir en un sistema de ERP para su empresa? ¿Tienes alguna experiencia que quiera compartir?

Abra el [link de Jamboard](#), coja un post de la izquierda y ¡comparta su opinión!

i **¿Aún no ha usado Jamboard?** És fácil de usar e intuitivo. No necesita iniciar sesión para usarlo. Si quiere aprender más sobre cómo usarlo, aquí tiene un [tutorial de Google](#).





Más lecturas y recursos

¿Sabes qué significa Enterprise Resource Planing?

Aquí puede consultar su definición!

[LEE MÁS](#)

¿Quieres conocer más sobre la cuarta revolución industrial?

Consulta su definición aquí.

[LEE MÁS](#)



¿Qué hemos aprendido en este capítulo?

Lecciones aprendidas

En este capítulo, hemos aprendido sobre los siguientes aspectos y **herramientas para digitalizar tu empresa náutica**:

- Habilidades digitales y avanzadas de los trabajadores para la digitalización en la náutica.
- Sistemas de gestión digital: sensores inteligentes, internet de las cosas y ERP.

Hasta ahora hemos visto diferentes **habilidades** y aspectos importantes para mejorar el producto o servicio que puede ofrecer nuestra empresa náutica; así como herramientas para facilitar la **transformación digital** de nuestra empresa.

En el siguiente capítulo, veremos ejemplos concretos de diferentes tecnologías y **herramientas digitales** que pueden usarse en varios sectores de la **náutica de recreo**.

Ejemplos prácticos de transformación digital en el sector náutico

5) Ejemplos prácticos de transformación digital en el sector náutico



¿Cómo han reaccionado las PyMEs náuticas al reto de la transformación digital?

La industria náutica tiene que subir al tren de la transformación digital, para mantener la competitividad y hacer frente a problemas como pueden ser la diferencia de clientes según la temporada turística o problemas externos como pudiera ser la Covid-19.

Aún así, algunas empresas náuticas han adoptado soluciones para la transformación digital. Además, vamos a explorar diferentes herramientas y tecnologías digitales que se pueden usar en diferentes sectores de la náutica de recreo.

Ejemplos de transformación digital

Hemos visto cómo la transformación digital se ha ido implantando en diferentes sectores marítimos, en especial en sectores industriales y tecnológicos, cómo la construcción naval o energía eólica. También se ha impulsado en el sector logístico, cómo el transporte marítimo, en el sector portuario. Un ejemplo es el programa [Ports 4.0](#), impulsado por Puertos del Estado, que pretende promover e incorporar activamente la innovación disruptiva o incremental como elemento de competitividad, de eficiencia, sostenibilidad, seguridad y protección en el sector logístico- portuario español, tanto público como privado para facilitar su transición hacia la economía 4.0.



La digitalización se ha implantado en sectores industriales cómo el transporte marítimo, por ejemplo a través del programa [Ports 4.0](#). Sin embargo, la náutica de recreo tiene que mejorar en la transformación digital.

En todos los subsectores del turismo náutico se puede hacer uso de las herramientas y consejos explicados en los capítulos anteriores. Sin embargo, algunas PyMEs en la industria náutica han adoptado estrategias innovadoras para modernizar sus empresas. **¡Veamos algunos ejemplos concretos!**

Innovación tecnológica: Una parte esencial en la transformación digital

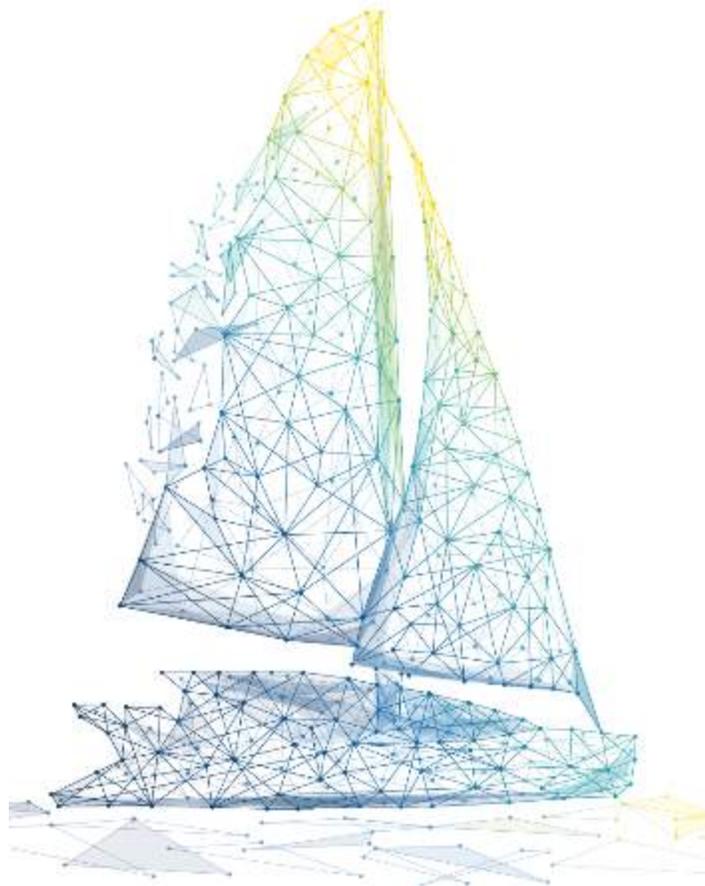


Este sistema automatizado permite aumentar la capacidad de esta marina seca hasta 222 embarcaciones, además de ser accesible durante las 24 horas del día, y permite liberar espacio para la ciudadanía y espacios públicos.

Algunas empresas han apostado por la innovación tecnológica y la mejora de las infraestructuras. Es el caso del Port de Barcelona, que mediante [PierNext](#); un hub de conocimiento para la innovación, que ha desarrollado la primera marina seca totalmente automatizada, en la [Marina Vela](#). En este proyecto pionero, se trata de un sistema automatizado que identifica las embarcaciones, las eleva y deposita en un almacén mediante un sistema de brazos robóticos y raíles, para luego colocarlas en un lecho personalizado mediante un sistema de mesas transportadoras y grúas. Esta puntera tecnología conlleva múltiples beneficios que inciden no solo en los aficionados a la náutica, sino también en la ciudadanía y el medio ambiente.

Gestión de marinas





Muchas empresas de TIC han apostado por la creación de [sistemas de gestión](#) que ayudan a las empresas náuticas en su proceso de transformación digital.

Para muchas PyMEs, un primer paso hacia la **transformación digital** de sus empresas empieza por la **digitalización**, transformando sus procesos analógicos y físicos en digitales. Para ayudar a las diferentes empresas que trabajan en un puerto deportivo en este proceso, han surgido muchas compañías informáticas que ofrecen **sistemas digitales** de gestión para estas empresas (véase CRM ([link](#)) y ERP ([link](#)) en capítulos anteriores). Estos [sistemas de gestión](#) permiten, por ejemplo, manejar la cartera de embarcaciones, los clientes, las reservas y datos en puertos deportivos. Otra aplicación similar sería para empresas de mantenimiento para controlar los trabajos que se han hecho en diferentes embarcaciones y gestionar a los empleados. Puedes consultar más ejemplos de sistemas digitales de gestión [aquí](#).



Herramientas digitales en diferentes sectores del turismo náutico

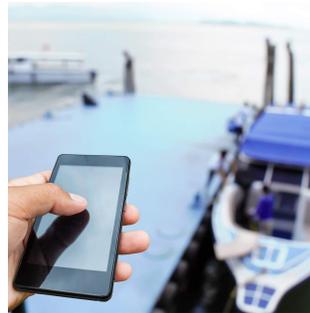
Vamos a ver algunos ejemplos de tecnologías digitales que se usan en empresas de alquiler de embarcaciones y puertos deportivos.



Localización por satélite



Hombre al agua

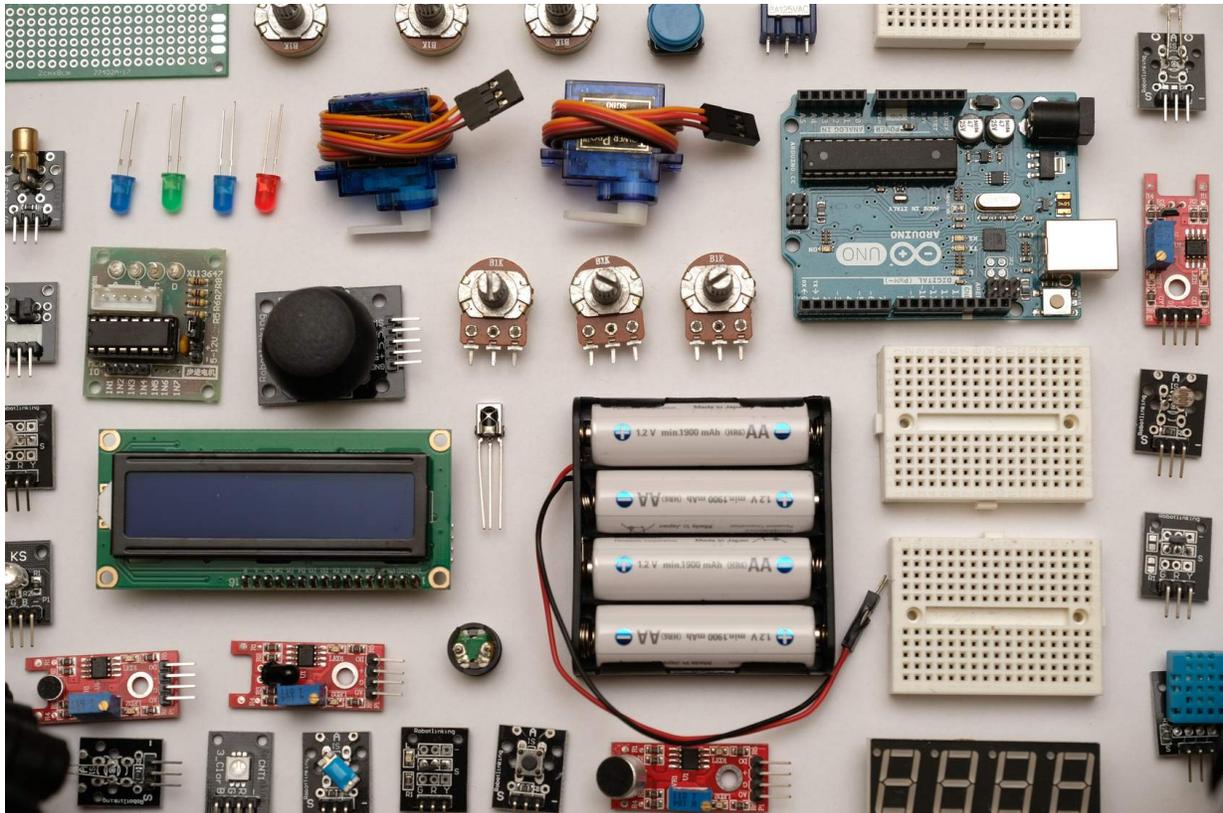


Barco inteligente



Gestión de amarres

- Los **sistemas de localización** e identificación por satélite provienen del transporte marítimo, y se conocen comúnmente cómo **AIS** (Automatic Identification System). No obstante cualquier embarcación puede instalar este sistema, que permite monitorear en tiempo real la posición, velocidad y rumbo. Este sistema tiene claros beneficios para empresas de alquiler de barcos para controlar su flota en todo momento, pero también pueden utilizarlo navegantes de recreo. Existen [multitud de webs y aplicaciones](#) que permiten localizar tu barco en cualquier parte del mundo!
- **¡Hombre al agua!** Son dispositivos que dan un aviso si algún miembro de la tripulación cayera al agua. Estos dispositivos reaccionan al contacto con el agua y mandan una alarma con la última posición a un dispositivo móvil. Aquí también podemos encontrar [multitud de ejemplos](#).
- **Barcos inteligentes.** Existen diferentes sistemas para barcos inteligentes. Estos sistemas permiten controlar entre otras cosas, baterías, temperaturas, niveles de agua, sensores de movimiento etc. También permiten gestionar electrodomésticos inteligentes. Este tipo de sistemas está más encarado a empresas de alquiler, propietarios privados o empresas de mantenimiento. [Veamos algunos ejemplos](#).
- **Gestión de amarres.** Este tipo de aplicaciones permite a marinas a gestionar la ocupación de sus amarres y a personas o empresas privadas alquilar amarres desde un dispositivo móvil. Existen [múltiples versiones y aplicaciones](#).
- Muchas **empresas de alquiler de embarcaciones** tienen una gran competencia entre ellas y además tienen que ganar visibilidad frente a plataformas [generalistas de alquiler de embarcaciones](#). Estas plataformas pueden ser útiles para propietarios privados, pero tal vez no sean la mejor opción para pequeñas y medianas empresas (cobro de comisiones). Por ello, es especialmente importante para las empresas de chárter náutico tener una **estrategia de comunicación y márketing** bien definida (véase capítulos 2 y 3).



Sensores inteligentes, una herramienta muy útil para empresas de mantenimiento, de fabricación de componentes y construcción naval. Según el tipo de empresa, hay que considerar el sistema de gestión más adecuado para las piezas 'inteligentes'

Muchas de las herramientas mencionadas previamente pueden ser utilizadas en diferentes sectores del turismo náutico. Sin embargo, cuando nos referimos al mantenimiento de embarcaciones, la fabricación e instalación de componentes y la construcción naval, hay un tipo de herramienta digital que destaca sobre el resto, los **sensores inteligentes**. Puedes consultar más información sobre el **Internet de las Cosas y Sensores Inteligentes** en el **capítulo 4**. Existen múltiples aplicaciones para piezas y componentes inteligentes, desde sistemas de mantenimiento predictivos de bombas de agua, [control de corrosión](#), etc. En general cualquier pieza puede ser dotada de sensores para facilitar su monitoreo y mantenimiento.



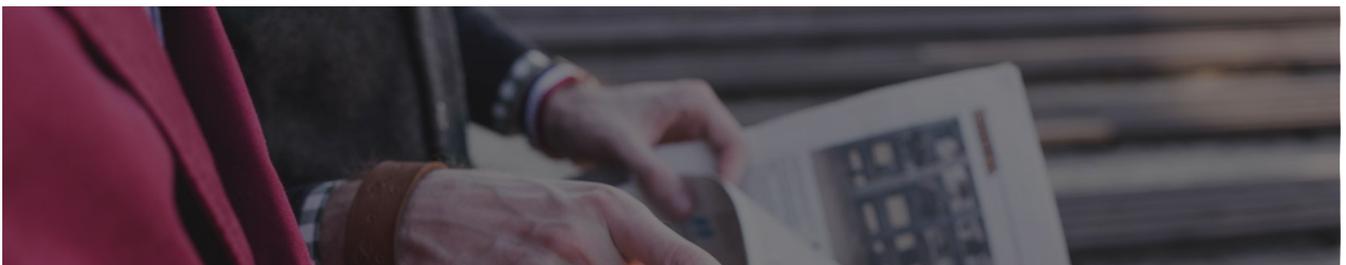
Tiempo para reflexionar. Vale la pena.

Tiempo para reflexionar.

Reflexione sobre su práctica: **¿Dónde se encuentra su empresa náutica en la transformación digital?**

¿Hace uso de alguna de las herramientas que mencionamos?

¿No puede dar algún ejemplo? Intercambie con sus compañeros y amigos y use de nuestro foro de discusión en línea a continuación.





Comparta sus experiencias con sus compañeros

Hemos creado un **foro de intercambio** con [Padlet](#), dónde pueden compartir vuestras opiniones y experiencias con vuestros compañeros de profesión. Es una plataforma online para compartir sus ideas, dónde puede publicar, comentar o gustar otros posts. Estamos mirando adelante para **oir su opinión sobre los siguientes temas**:

- ¿Su compañía utiliza alguna de las tecnologías mencionadas anteriormente?
- ¿Tiene alguna experiencia con alguna herramienta digital que quiera compartir?

Añade tu respuesta a estas preguntas a nuestro **foro online**. Sólo clicas en el botón con el símbolo '+' en la esquina inferior para añadir tu comentario:

También puedes abrir Padlet en una ventana por separado [aquí](#).

i **¿Aún no ha usado Padlet?** Es muy fácil de usar e intuitivo. No necesita registrarte para usarlo. Si quiere aprender más sobre cómo usarlo, aquí tiene una breve [tutorial de YouTube](#).



Más lecturas y recursos

Conoce el Programa Port 4.0.

Tiene como objetivo facilitar la transición hacia la economía 4.0 del sector logístico-portuario.

LEA MÁS

PierNext - Port de Barcelona

PierNext es un hub digital de conocimiento impulsado por el Port de Barcelona para divulgar la innovación que está transformando la logística y el comercio internacional.

CONOZCA MÁS

Marina Vela: la primera marina seca robotizada de Europa

Se trata de un sistema automatizado que identifica las embarcaciones, las eleva y deposita en un almacén mediante un sistema de brazos robóticos y raíles, para luego colocarlas en un lecho personalizado mediante un sistema de mesas transportadoras y grúas. .

APRENDA MÁS

Sistemas de AIS

¡Consulte ejemplos de sistemas de localización!

CONSULTE

Barcos inteligentes

¡Consulte ejemplos de sistemas para barcos 'inteligentes'!

APRENDA MÁS

Gestión de amarres

Existen múltiples aplicaciones para gestionar y alquilar amarres en puertos deportivos.

VEA EJEMPLOS



¿Que hemos aprendido en este capítulo?

Lecciones aprendidas

En este capítulo hemos explorado **ejemplos prácticos** de digitalización en empresas náuticas de diferentes sectores.

Hemos visto algunos ejemplos sobre que tipo de herramientas ya existen ahí fuera para ayudar en la transformación digital de tu empresa náutica.

Durante el curso hemos explorado diferentes **habilidades digitales, herramientas** para la digitalización y ejemplos concretos de algunas **tecnologías** que se usan en el mundo náutico.

¡Esperamos que te haya gustado esta introducción para mejorar la presencia digital de su empresa náutica!

Apreciamos mucho sus comentarios, así que deje un comentario sobre este curso en [nuestro panel de comentarios](#). ¡Muchas gracias!.



Gracias por revisar el curso DigiCulTS. Espero que haya encontrado algunos puntos útiles para su práctica profesional.

Información de contacto

Este curso fue diseñado para el proyecto [DigiCulTS](#) por [Sea Teach](#). No dude en conectarse con nosotros en las redes sociales para compartir sus experiencias sobre este curso o discutir los temas

del curso:

- [Página de Facebook](#), #digicults
- Instagram: [#digicults](#)
- LinkedIn: [#digicults](#)
- Twitter: [#digicults](#)
- [digicults.eu](#)