

Promoviendo la Transformación Digital



Sobre el curso

La **digitización, la digitalización y la transformación digital** han sido fuerzas impulsoras de la innovación en las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) en los últimos años. **En 2020**, muchas PyMEs tuvieron que cerrar debido a la **pandemia Covid-19**. Sus **modelos de negocio** no se adaptaban a esta nueva situación, que amenaza la viabilidad de muchas PyMEs en todo el mundo.

Este curso te ayudará a encontrar respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la diferencia entre **digitización, digitalización y transformación digital**?
- Puede la **comunicación online substituir** el contacto en persona?
- ¿Cómo puede **potenciar la innovación y la transformación digital** en su empresa?

En este curso podrás reflexionar sobre las **lecciones aprendidas** en la pandemia Covid-19. Aprenderás a identificar cómo la **comunicación online** es clave para mantener la viabilidad de tu negocio.

Tu anfitrión

Este curso fue diseñado para el [proyecto DigiCulTS](#) por [Isabell Grundschober](#), investigadora y diseñadora instruccional de la [Universidad de Educación Continua de](#)

Krems. El curso fue traducido y adaptado por [Sea Teach](#). El proyecto está cofinanciado por el [programa ErasmusPlus](#) de la Unión Europea.

Ahora, empecemos con el primer capítulo de este curso:

- ☰ 1) ¿Cómo sobrevivir a la crisis Covid-19?

- ☰ 2) Ejemplos prácticos

- ☰ 3) El contacto en persona: ¿Es necesario?

- ☰ 4) ¿La Comunicación Online cómo sustituto?

- ☰ 5) ¡Promoviendo la Innovación y la Transformación Digital!

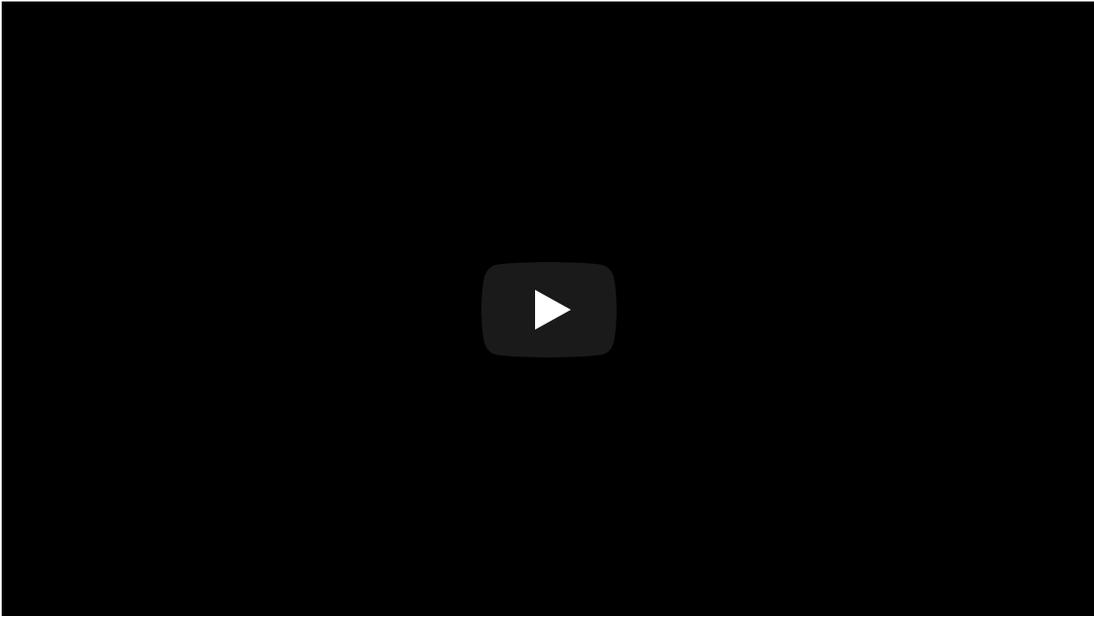
1) ¿Cómo sobrevivir a la crisis Covid-19?



Las PyMEs juegan un papel importante en la mayoría de países: Suponen el 60% de los empleos y un 50-60% del valor añadido en los países OCDE.

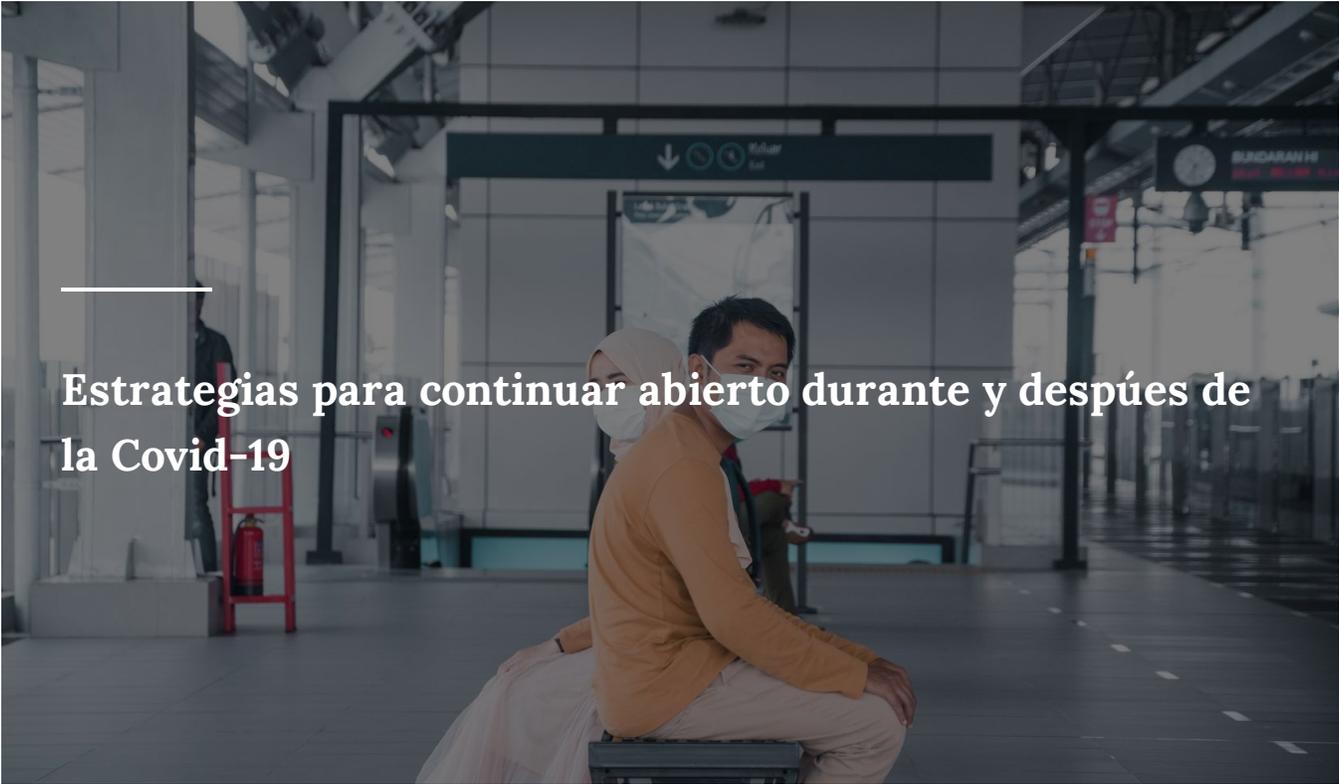
Después del estallido de la pandemia Covid-19, muchas PyMEs sufrieron una **bajada severa en los ingresos**. Muchas de ellas no tienen los ahorros para sobrevivir en estas condiciones.

i 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.



Los legisladores respondieron estableciendo diferentes medidas para salvar a las PyMEs, como, por ejemplo, aplazando pagos y facturas, el fácil acceso a créditos o proveyendo de subvenciones y financiación para el pago de los salarios. Aún así, muchas PyMes están luchando por sobrevivir a la crisis.

¿Qué pueden hacer las pequeñas y medianas empresas para asegurar su viabilidad?

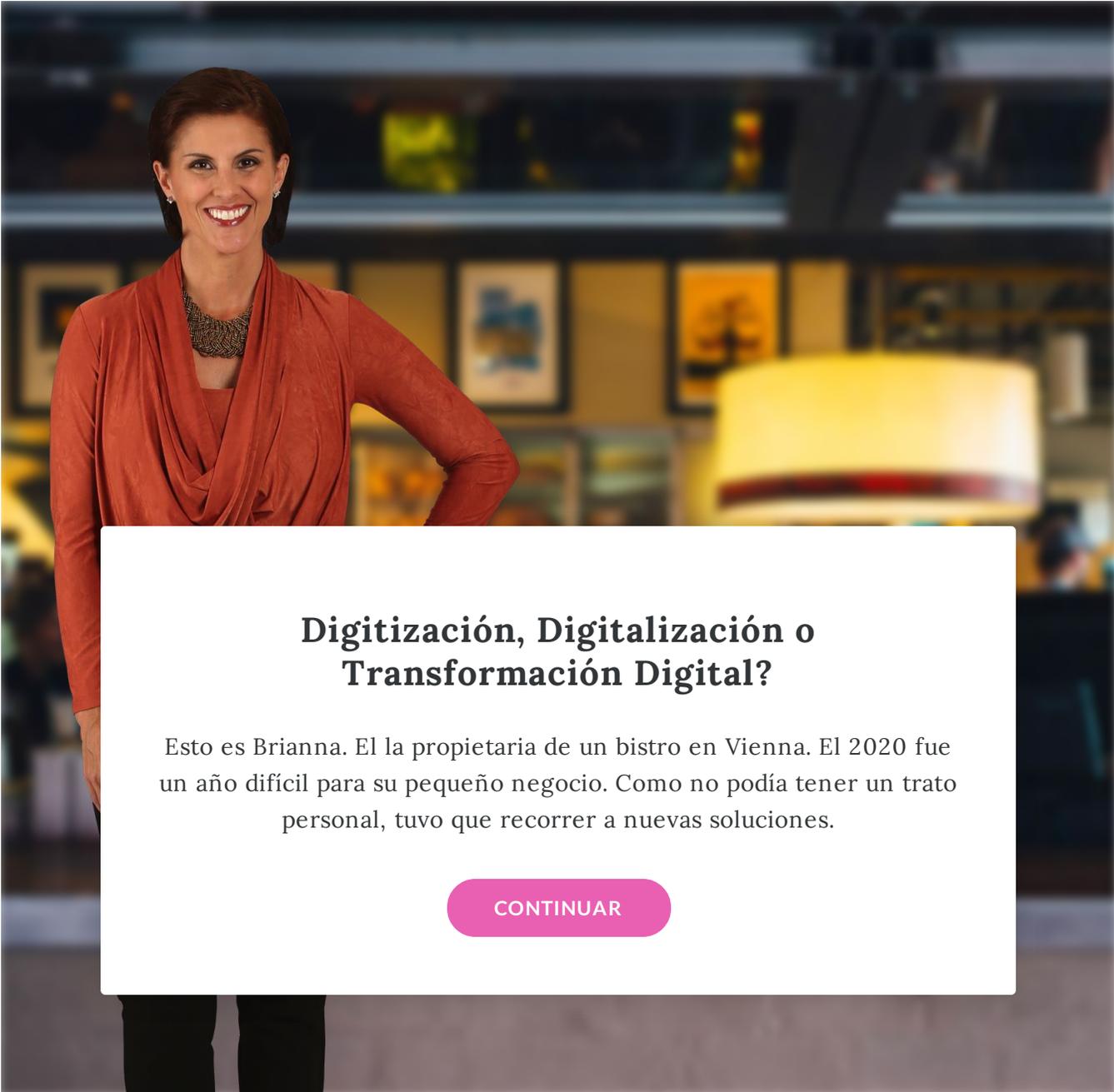


Estrategias para continuar abierto durante y después de la Covid-19

Se necesitan **acciones sostenibles** para fortalecer la resiliencia de tu pequeña y mediana empresa. Esto significa **adaptarse a las nuevas tecnologías y prácticas de trabajo**:

Digitización, digitalización, y transformation digital son palabras de moda que muchas veces se usan en este contexto.

¿Tienes **tiempo para una charla** sobre estos asuntos con Brianna, propietaria de un bistro en Vienna? **Empieza tu conversa** clickando en el botón "Continue" de más abajo.



Digitización, Digitalización o Transformación Digital?

Esto es Brianna. El la propietaria de un bistro en Vienna. El 2020 fue un año difícil para su pequeño negocio. Como no podía tener un trato personal, tuvo que recorrer a nuevas soluciones.

CONTINUAR

Scene 1 Slide 1

Continue → Next Slide



¿Tuviste problemas con tu negocio en 2020?

1

Sí, el Covid19 ha afectado a mi empresa, que depende mucho del trato personal con los clientes.

2

No demasiado, ya que nuestros servicios no dependen del contacto en persona y ya teníamos formas para conectar con nuestros clientes previamente.

Scene 1 Slide 2

0 → Scene 1 Slide 3

1 → Scene 1 Slide 3



Transformación digital, digitalización y digitización son algunas palabras de moda últimamente. No estoy segura si realmente conozco la diferencia. ¿Y tú?

1 No estoy seguro al 100% sobre cuál es la diferencia.

2 Conozco la diferencia entre estas palabras muy bien.

Scene 1 Slide 3

0 → Scene 1 Slide 4

1 → Scene 1 Slide 4



Digitización, Digitalización, Transformación Digital: Más que jerga

El artículo "Digitization, Digitalization, and Digital Transformation: What's the Difference?" de Colleen Chapco-Wade es una lectura obligatoria. [¡Échale un vistazo!](#)

COMENZAR DE NUEVO



Scene 1 Slide 4

Continue → End of Scenario

Comprender los conceptos de digitización, digitalización y transformación digital

Vamos a ver un breve resumen sobre las principales características de la digitización, digitalización y transformación digital ([Savic, 2019](#)):

	Digitización	Digitalización	Transformación Digital
Objetivo	Cambiar de formato análogo a digital	Automatizar operaciones y procesos existentes en la empresa	Cambiar la cultura de la empresa, la manera en la que trabaja y piensa
Actividades	<p>Digitizar información</p> <p>Convertir documentos en papel, películas, etc a un formato digital</p>	<p>Creación de procesos de trabajo y de comunicación digitales</p> <p>Hacer que la información digitizada trabaje para tí</p>	<p>Creación de una compañía digital</p> <p>Desarrollar modelos de negocio innovadores centrados en el cliente</p>
Retos	Volumen (Material)	Precio (Monetario)	Restistencia al cambio (RRHH)

No pierdas oportunidades para seguir desarrollando tu negocio

Brianna no es la única con dificultades. Las PyMEs de diferentes industrias han tenido que esforzarse mucho por la Covid-19. **Para sobrevivir se necesita de un desarrollo constante y un**

conocimiento en detalle de los conceptos digitales:

"Si los gerentes de las empresas creen que pueden digitalizar una empresa o digitalizar un proceso para la transformación digital, están **malentendiendo** los conceptos y **perdiendo oportunidades** para evolucionar, ganar ventaja competitiva, atender a las expectativas de los empleados y clientes y transformarse en negocios ágiles." ([Colleen Chapco-Wade, 2018](#))



i Puede traducir páginas en inglés a castellano, visualizándolas con el navegador Google Chrome. Clique con el botón derecho en cualquier lugar dentro del contenido de la web y seleccione Traducir.

Video Tutorial: Sobre Digitización y Digitalización a Transformation Digital

Excucha al Dr. Savic y aprende más sobre cómo están conectadas las tres palabras.

MIRA EL VÍDEO

Digitización, Digitalización y Transformation Digital : ¿Cuál es la diferencia?

Chapco-Wade (2018) publicó un post sobre las diferencias entre las palabras de moda.

VER MÁS

"Qué compañías son más vulvenarables a la Covid-19 y cuándo?"

McKinsey (2020) publicó un artículo interesante sobre qué sectores son más vulverables a cerrar de manera permanente durante la pandemia en E.E.U.U.

VER MÁS



¿Qué has aprendido en este capítulo?

Lecciones aprendidas

En este primer capítulo se introdujeron tres **estrategias para asegurar la viabilidad** de pequeñas y medianas empresas:

- **Digitización:** Pasar de análogo a digital
- **Digitalización:** Hacer que la información digitalizada trabaje para tí
- **Digital Transformation:** Desarrollar modelos de negocio innovadores, centrados en el cliente, que integran los datos digitalizados y las aplicaciones digitalizadas.

Después de clarificar las definiciones de estas palabras, veamos algunos **casos prácticos:**

Vamos a identificar **qué reacciones de las PyMEs a la Covid-19** estaban **basadas en la digitización, la digitalización o la transformación digital.**

Veamos algunos ejemplos prácticos

2) Ejemplos prácticos



¿Cómo reaccionaron las Pequeñas y Medianas Empresas a la Covid-19? ¿Qué decisiones se tomaron basadas en la digitización, la digitalización y la transformación digital?

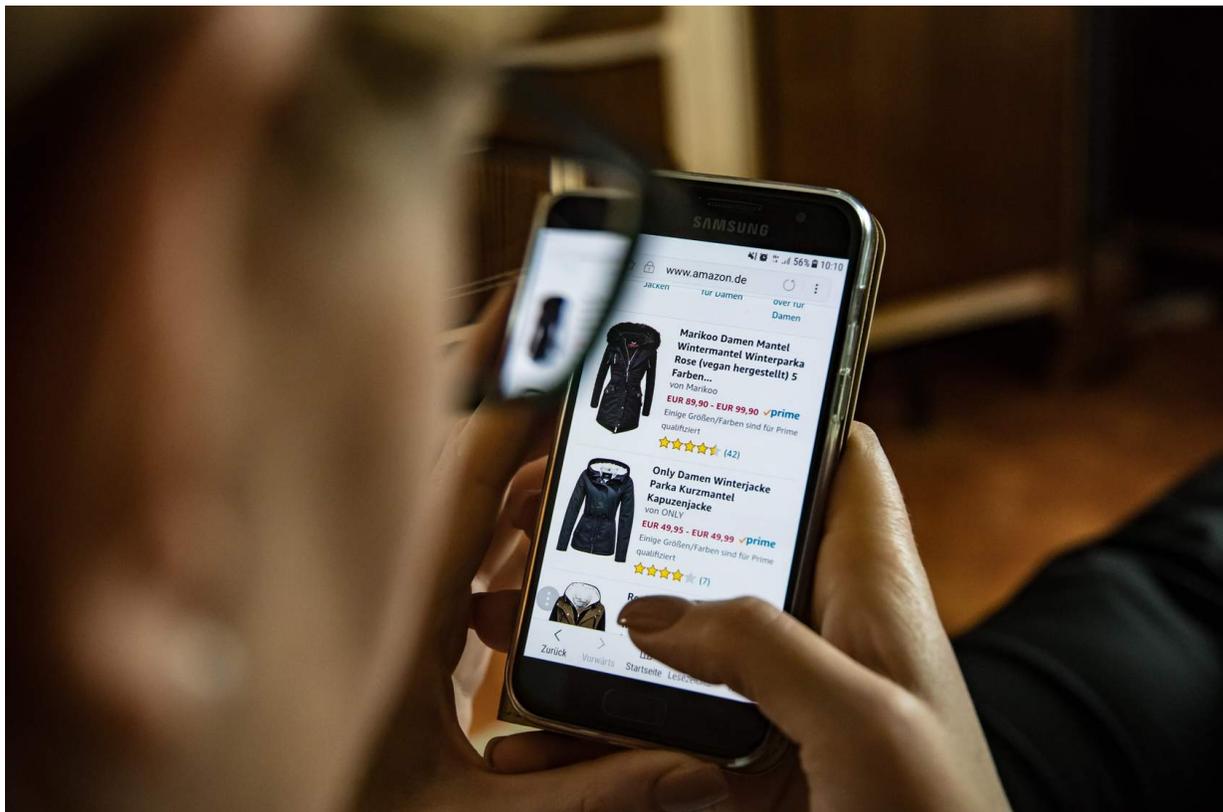
Para algunas compañías, la Covid-19 hace **imposible proveer sus servicios**, que se basan en el contacto en persona.

Aún así, hay algunas soluciones para PyMEs, que apoyarán la viabilidad de sus empresas, sobretodo mediante cambios en la **comunicación digital** de las empresas y el **desarrollo digital** de los negocios.

Ejemplos de digitización y digitalización

Durante la pandemia Covid-19 en 2020, muchas PyMEs fueron capaces de seguir proveyendo sus productos y servicios, pero se encontraron con varios problemas relacionados con la digitalización, como, por ejemplo, en la **adquisición de clientes, ventas o la comunicación con los clientes**.

¿Cómo **informar a los clientes a tiempo** sobre nuevos productos y servicios y cómo vendérselos, con las oportunidades de un **contacto en persona limitadas**?



La Digitización y Digitalización en la comunicación de las empresas fueron aspectos vitales para sobrevivir en muchas PyMEs.

Muchas compañías han desarrollado tiendas online, **aplicaciones móviles**, han expandido los **canales de venta digital** y también han conectado con sus clientes a través de diversos canales de **comunicación virtual** ([Mayzin Han, 2020](#)).

Ejemplos del desarrollo de negocios a través de la transformación digital





*"Se puede afirmar que la industria del fitness no será la misma en el mundo post-coronavirus."
([Melania Armento, May 2020](#))*

Algunas compañías no sólo digitizaron la información o digitalizaron sus procesos de negocio. Desarrollaron **productos o servicios totalmente nuevos** durante la Covid-19, para responder a las necesidades de sus clientes en la pandemia.

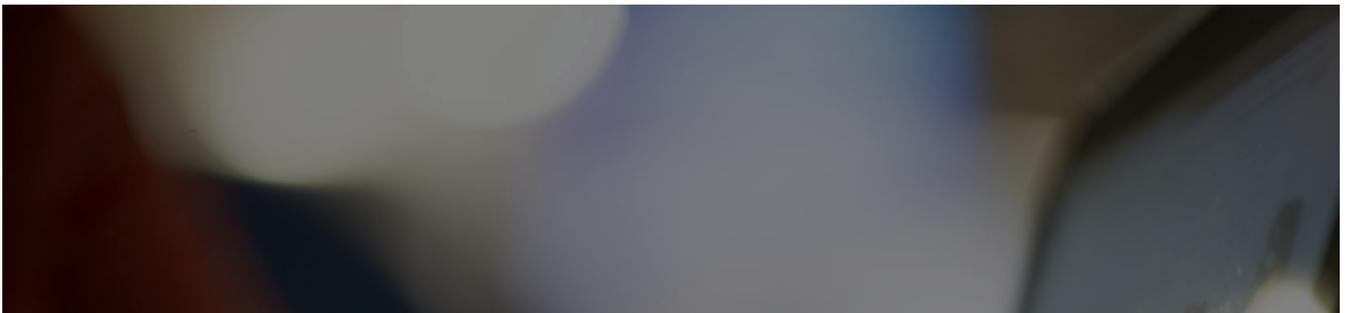
Por ejemplo, la **industria del fitness** se vió muy afectada con la pandemia en 2020. Los gimnasios no podían abrir, así que muchos pasaron de las "[pesas a los clics](#)".

"La gente valora la comodidad y esta es clave en la industria del fitness después de la pandemia (...) Pasar al mundo digital, adaptarse a un nuevo modelo de negocio son pasos esenciales para planear una estrategia exitosa en la nueva normalidad después de la Covid-19." ([Melania Armento, Virtuagym, May 2020](#)).

Estos cambios en los modelos de negocio basados en nuevas necesidades de los clientes, nuevos contextos y nuevas formas de comunicación e interacción son buenos ejemplos de **transformación digital durante la Covid-19**.

¿Quieres conocer más ejemplos prácticos?

El podcast "Aston means business" provee de consejos esenciales para empresarios y gerentes, emprendedores y estudiantes. En Marzo de 2020, los productores del podcast pusieron el foco en **Pequeñas y Medianas Empresas, y cómo responden a los desafíos que ha traído la Covid-19**. Puedes escuchar el podcast gratuitamente en [Spotify](#), [Google Podcasts](#) y [Apple Podcasts](#).



Comprendiendo la Transformación Digital.

La Competencia Digital y una **mentalidad de crecimiento** son muy importantes en el éxito de una empresa. No es suficiente digitizar procesos individuales sin tener una **perspectiva más amplia sobre las tecnologías digitales y el cambio cultural**.

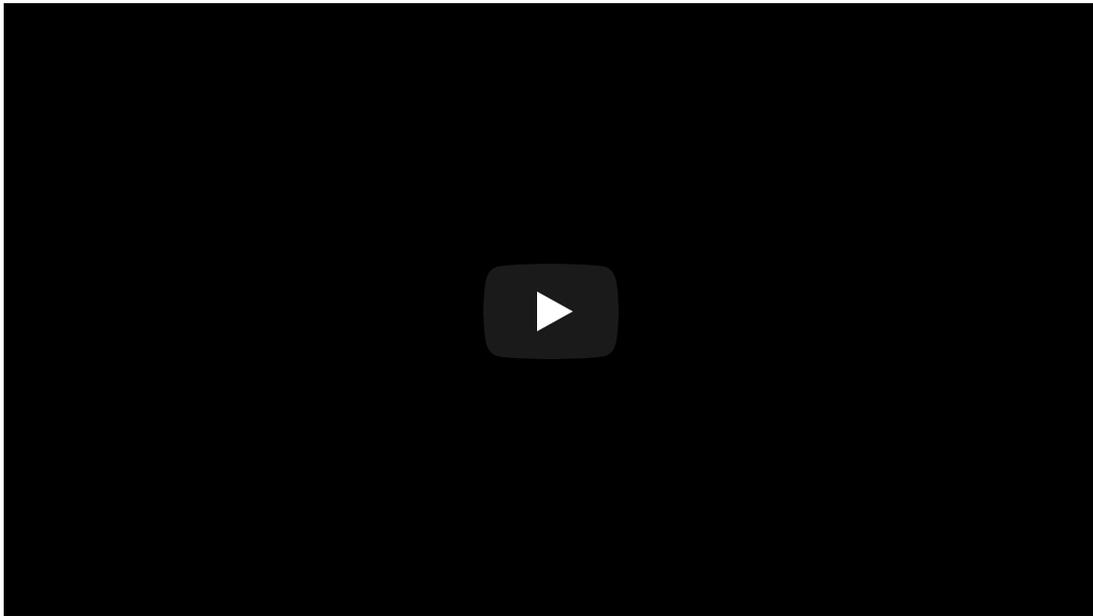
En la transformación digital se trata tanto de la personas como de las tecnologías digitales:

- *¿Qué necesidades tienen las personas?*
- *¿Cómo responden hacia la tecnología? ¿Cuáles son sus expectativas?*
- *¿Cómo se comunican de manera online y cuáles son sus hábitos actuales?*

El **vídeo de abajo** trata sobre la situación desesperada de la **PyME de Joseph**, que finalmente consigue triunfar gracias a su ágil manera de responder a las necesidades y reacciones de sus clientes.

¡Disfrútalo!

 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.



'The Stages of Business Disruption': Our new video on digital transformation

Deloitte Digital has released the video "The Stages of Business Disruption," which tells a story of business and digital transformation, providing insight as...

VER EN YOUTUBE >

Joseph ya creía que tendría que cerrar su panadería debido a su intolerancia al gluten. ¿Qué hizo que su nueva idea de negocio fuera tan exitosa?

Desarrolló una App móvil para su panadería.

Entendió que 'sin gluten' es una tendencia muy necesitada.

Escuchó las quejas y necesidades de sus clientes, mejoró sus servicios y aumentó la comodidad de sus clientes mediante una App digital y un servicio de entrega inmediata.

¡Su idea de negocio pudo hasta con la Covid-19!

SUBMIT



Tómate un tiempo para reflexionar. Vale la pena.

Tiempo para reflexionar.

Cuéntanos tu experiencia: **¿Qué desafíos ha tenido tu sector durante la Covid-19?**

¿Cómo pudo la digitización, la digitalización o incluso la transformación digital **mitigar los riesgos de cerrar** tu empresa en tu sector?

¿Puedes poner algunos ejemplos? Intercambia tus experiencias con tus compañeros y amigos en el tablero de discusión online.



Hemos creado un **tablero de intercambio online** mediante [Padlet](#) donde puedes compartir tus reflexiones y experiencias con compañeros del sector. Es un espacio para la lluvia de ideas e intercambio, donde puedes poner tus notas, comentarios o 'gustar' otras notas. **Nos gustaría debatir contigo sobre los siguientes asuntos:**

- ¿Qué retos afrontó tu empresa y las de tu sector durante la Covid-19?

- ¿Cómo pudo la digitización, la digitalización o incluso la transformación digital mitigar los riesgos de cerrar tu empresa en tu sector? ¿Puedes poner algunos ejemplos?

Añade tu respuesta a estas preguntas al **tablero de intercambio online** a continuación. Sólo tienes que clicar en el botón de '+' en la esquina inferior derecha para añadir tu comentario:



Puedes abrir el Padlet en una ventana por separado [aquí](#).

i ¿No has usado Padlet anteriormente? Es muy fácil de usar e intuitivo. No necesitas iniciar sesión para utilizarlo. Si quieres saber más sobre cómo utilizarlo, aquí tienes un breve [Tutorial de Youtube](#).





Más lecturas y recursos

i Puede traducir páginas en inglés a castellano, visualizándolas con el navegador Google Chrome. Clique con el botón derecho en cualquier lugar dentro del contenido de la web y seleccione Traducir.

"Cambia tu negocio de fitness de 'pesas a clicks' con esta nueva propuesta"

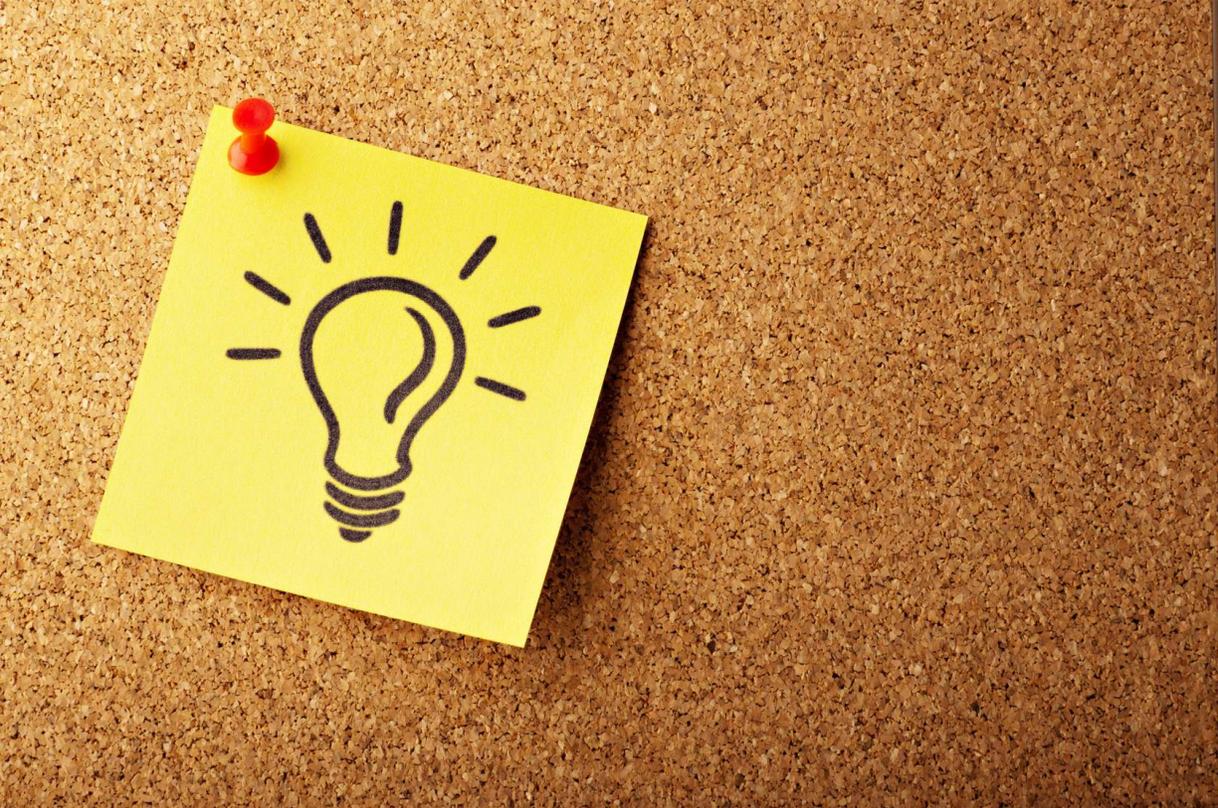
Melania Armento (2020) describe en un blog post cómo las empresas de fitness tuvieron que cambiar durante la Covid-19.

[VER MÁS](#)

Podcats "SMEs adapting to Covid-19 challenges"

El podcast "Aston means business" provee consejos esenciales para empresarios y gerentes, emprendedores y estudiantes. En Marzo de 2020, los productores del podcast pusieron el foco en **Pequeñas y Medianas Empresas, y cómo responden a los desafíos que ha traído la Covid-19.**

ESCUCHAR MÁS



¿Qué has aprendido durante este capítulo?

Lecciones aprendidas

En este segundo capítulo, has visto ejemplos prácticos de digitización, digitalización y transformación digital.

Has aprendido que la **transformación digital** es un **aspecto fundamental en el desarrollo del negocio y esencial para mantenerlo durante la Covid-19**. Se necesita un desarrollo contant del modelo de negocio para sobrevivir a la crisis.

Después de entender el papel de la **transformación digital** para el éxito de tu compañía, vamos a ver la oportunidades que brinda la **comunicación online** para tu negocio.

Después de la expansión de la Covid-19 en 2020, el contacto cara a cara fue imposible o muy restringido. Por eso, nos preguntamos: **¿Es posible substituir la comunicación en persona por comunicación online?**

¿Contacto cara a cara? ¿Es necesario?

3) El contacto en persona: ¿Es necesario?



La comunicación de la empresa es crucial para su éxito

La comunicación de la empresa no sólo consiste en del intercambio de información entres los empleados, sino que también incluye **compartir información con el exterior**, con socios, proveedores y clientes.

Se puede comunicar de varias maneras en las interacciones en persona. Es un importante proceso para las empresas, **que usan la comunicación para alcanzar ciertos objetivos**: para crear vínculos con sus clientes, aumentar las ventas, proveer de unos servicios o productos, etc.

Muchas PyMEs **dependen en gran medida del contacto personal** para adquirir nuevos clientes, las ventas o mejorar su atención al público en general. **¿Por qué? Aquí tienes 3 ejemplos:**



1) La comunicación cara a cara permite **informar a tiempo** sobre la empresa, sus ofertas y productos.



2) Mediante el contacto en persona en el establecimiento (tienda, restaurante, oficina, etc) es **fácil comunicarse con posibles clientes** sobre su negocio.



3) El contacto personal entre empleados, propietarios de PyMes y clientes permite crear **vínculos con los clientes**.

La Covid-19 ha hecho difícil o imposible el uso de este tipo de comunicación tradicional 'offline'.
¿Cómo encontrar alternativas?

La comunicación online digital provee de **nuevas posibilidades**, acelera el flujo de información y productividad. El Prof. Kress, un semiótico británico, dice: "**El mundo de la comunicación nunca se queda parado**" ([Kress, 2003](#)). Parece que hay un rango de posibilidades y canales de comunicación online creciente. Pero:

¿Puede la comunicación online substituir al contacto en persona?



Es la hora de analizarlo en detalle para responder a estas preguntas.

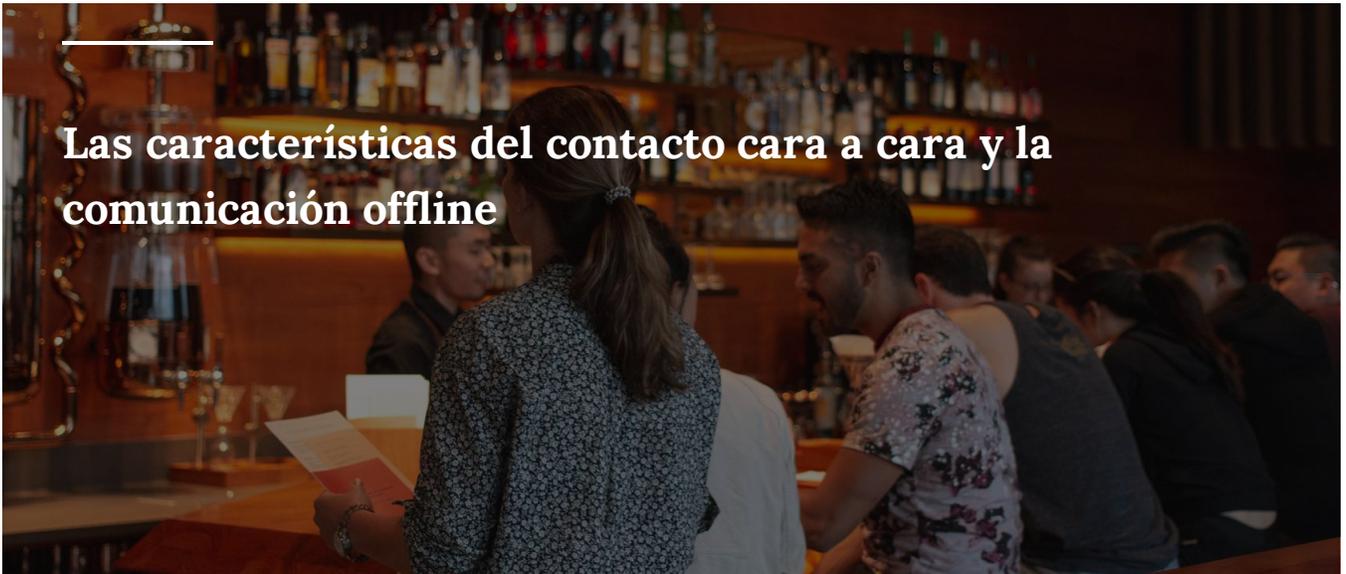
¡Echemos un vistazo en profundidad!

¿Cuáles son las características de la **comunicación online y offline**? ¿Qué tienen en común? ¿En qué se diferencian? Y, ¿cómo **hacemos uso de ello en la comunicación de la empresa**?

Más adelante, esto nos facilitará responder a la pregunta: '**¿Puede la comunicación online substituir el contacto en persona?**'.



Las características del contacto cara a cara y la comunicación offline



La comunicación es mucho más que hablar, escribir y leer. Como PyMEs, nos comunicamos contantemente con los clientes mediante **edificios, el diseño de los locales, gestos, expresiones faciales, y otros tipos de medios.** ([Mary Kalantzis and Bill Cope, 2016](#))

En el siguiente vídeo, producido por el Illinois College of Education, Mary Kalantzis and Bill Cope explican cómo significados **espaciales, táctiles y gestuales** afectan la comunicación.

Avance: En el minuto 7 del total de 10 min., Bill Cope deconstruye el diseño de una tienda, viendo en detalle cómo '**diseñar espacios de venta efectivos**'.

Tal como apunta Bill Cope en el vídeo, las tiendas y otros espacios comerciales, están **diseñados en detalle**, basándose en muchas veces en nuestro conocimiento tácito sobre cómo tendrían que verse estos espacios.

i 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**



12.1 Spatial, Tactile, and Gestural Meanings

Mary Kalantzis and Bill Cope, College of Education, University of Illinois Urbana-Champaign

VER EN YOUTUBE >



"Podemos saber más de lo que podemos decir" (Polanyi, 1966)

Nuestros contactos en persona dependen de los medios y las rutinas de comportamiento a las que estamos acostumbrados. Hay muchos **procesos inconscientes**, intercambiando mensajes **no verbales** y **simbólicos**.

Muchas veces **no somos conscientes** de todos los mensajes que mandamos mediante el entorno, gestos, language o apariencia.

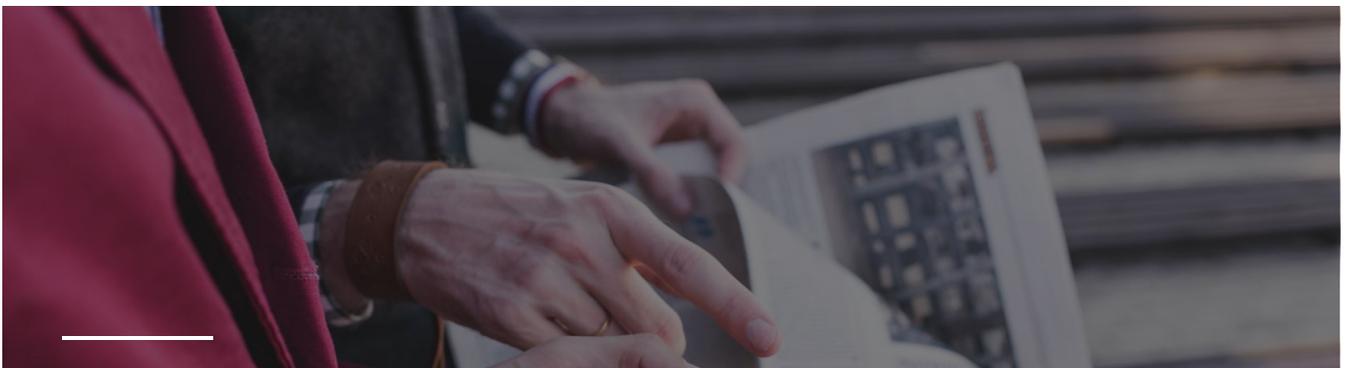
Tiempo para reflexionar.

Piensa sobre tu experiencia: **¿Ha sido el contacto cara a cara una parte muy importante del éxito de tu empresa? ¿Por qué?**

Ha sido posible en tu empresa **substituir la comunicación 'offline' por comunicación digital** durante la Covid-19?

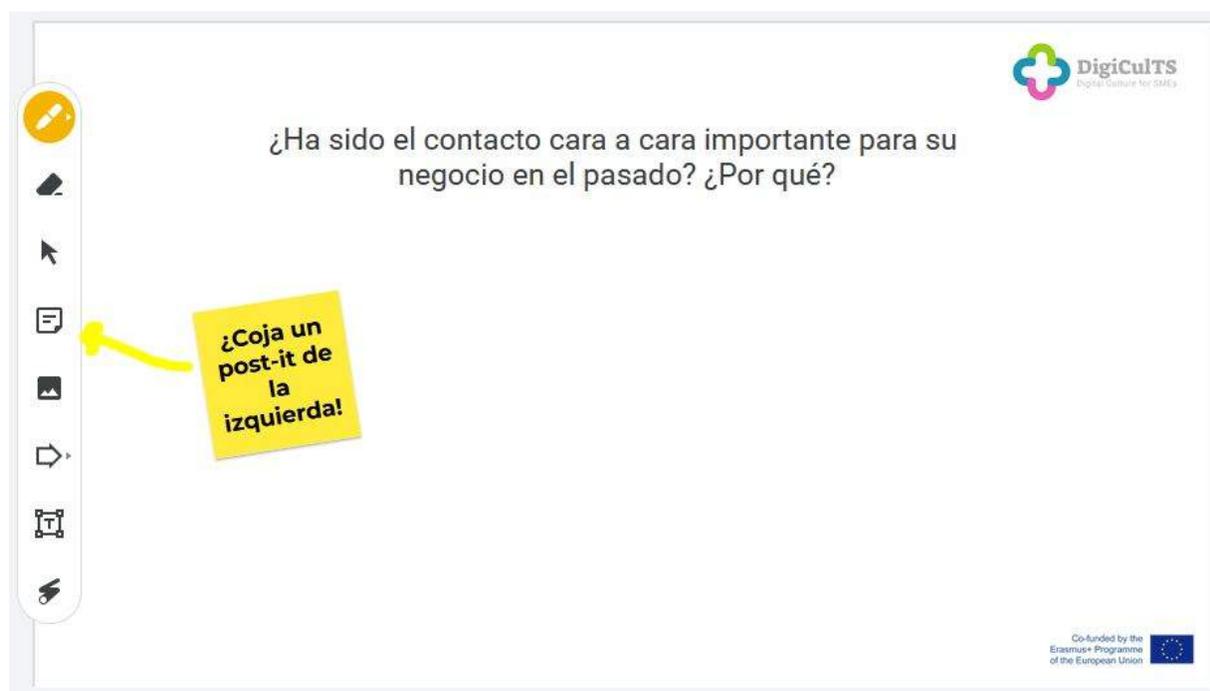


Tómate un tiempo para reflexionar. Vale la pena.



Comparte tu experiencia con tus compañeros

Hemos abierto una sala de lluvia de ideas mediante [Google Jamboard](#), donde puedes compartir tus reflexiones y experiencias. Es un **espacio de intercambio digital** donde puedes añadir tus ideas mediante **post-it virtuales**.



¡Vamos a compartir nuestras ideas en conjunto!

¡Comparte tus ideas!

Coge un **post-it** y comparte cómo se beneficia tu empresa de la comunicación offline y el contacto cara a cara. **¿Cómo?**

Abre el link de [Jamboard](#), coge un post-it del **menú a la izquierda** (véase la imagen) y contribuye compartiendo to respuesta a la pregunta.

i **¿Aún no has usado Google Jamboard?** Es fácil de usar e intuitivo. No necesitas registrarte para usarlo. Aquí tienes un breve tutorial de [YouTube](#) para usarlo.



i Puede traducir páginas en inglés a castellano, visualizándolas con el navegador Google Chrome. Clique con el botón derecho en cualquier lugar dentro del contenido de la web y seleccione Traducir.

EdX MOOC: Business Communication

Aprende cómo comunicarte de manera efectiva y crear un vínculo profesional mediante el contacto personal, en escrito y de manera no verbal en este Curso abierto masivo en línea (MOOC) proporcionado por EdX.

ÚNETE AL CURSO

Comunicación Multimodal

El Prof. Günther Kress habla de la comunicación multimodal y como crear significados. La pregunta es: ¿Cuál es la mejor manera de crear un cierto significado?

MIRA LA PONENTIA



Lecciones Aprendidas

Este capítulo ha analizado los tipos de **comportamientos y hábitos en la comunicación offline**.

Se basan en comunicación:

- oral,
- escrita y
- comunicación no-verbal.

En nuestros **contactos en persona**, nos basamos en los medios y hábitos de comportamiento que conocemos. Se trata de muchos **procesos inconcientes**, el intercambio de mensajes **no-verbales** y **simbólicos**. Aquí hacemos uso de conocimientos tácitos.

En el siguiente capítulo, investigaremos la respuesta a: **¿Puede la comunicación online substituir el contacto en persona?**

Veremos la **características de la comunicación online** para las empresas y **compararemos las comunicación offline y online** para dar respuesta a esta pregunta.

¿La comunicación online como substituto?

4) ¿La Comunicación Online cómo sustituto?



Desde la pandemia **Covid-19**, la comunicación tradicional en persona, con todas sus ventajas, ya no ha sido posible para muchas empresas. Por lo tanto, nos preguntamos:

¿Puede la comunicación online sustituir al contacto en persona?

En el capítulo anterior, hemos analizado las características de la comunicación tradicional 'offline'.
En ella, usamos

- lenguaje escrito y oral, así como
- comunicación no-verbal.

Este tipo de comunicación se basa muchas veces en la experiencia previa y lecciones aprendidas, formando un [conocimiento tácito](#). Veamos en detalle las características principales de la comunicación online para ver si puede substituir al contacto en persona.



Las características de la comunicación online

Los medios digitales "[...] tienen el potencial de tener un gran impacto en las interacciones sociales, organizacionales, políticas y de relaciones en nuestras vidas, de manera que ya lo hicieron otros medios cómo la televisión o el telefono." ([Walther et al. 2005](#))

No importa que tecnología o medios utilizemos, sea un teléfono, un libro, un ordenador, un teléfono móvil, el diseño interior en una tienda, un gesto, etc. **la naturaleza inherente de la comunicación**

humana es siempre la misma. La **tecnología** puede ayudarnos a **satisfacer la necesidad de comunicación del ser humano**. ([Walther et al. 2005](#))



“El hombre es un animal social por naturaleza; un individuo que es asocial de manera natural y no por accidente no merece nuestra atención o es inhumano. La sociedad siempre se antepone al individuo.”

- Aristóteles, 400 años antes de Cristo

De hecho, Aristóteles lo declaró 400 años antes de Cristo, los humanos son **seres comunicativos** y **no están hechos para estar solos**. Las personas necesitan contactos y reunirse para comunicarse con otros.

La Covid-19 no cambió la naturaleza humana, pero puede que cambie nuestros comportamientos. Tenemos que aprender a adaptarnos y usar nuevos medios de comunicación. La Covid-19 hizo necesario el uso de nuevas formas de comunicación para sobreenir el distantamiento social en espacios físicos. Aparecen **nuevos comportamientos**, nuevas necesidades y nuevos deseos ([Puttaiah et al, 2020](#)).



¿Distanciamiento social durante la Covid-19? ¡No de manera online!



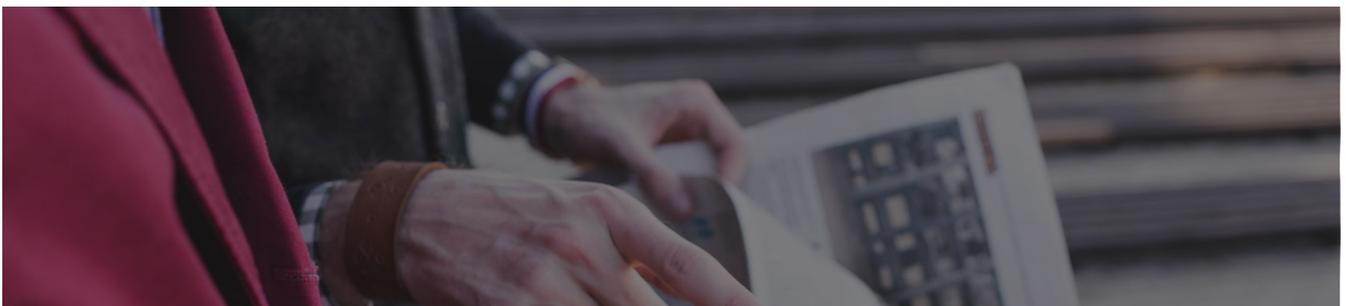
Tiempo para reflexionar. Vale la pena.

Tiempo para reflexionar

La tecnología puede **hacer posible ciertos comportamientos**. Entender esto nos puede ayudar a comprender a nuestros clientes, con sus necesidades y deseos.

¿Has observado **cambios en la forma de interactuar y comunicarse** durante la Covid-19?

¿Cuáles?



Comparte tu experiencia con tus compañeros

Hemos abierto un foro online para el intercambio de ideas en [Google Jamboard](#), dónde puedes compartir tus reflexiones y experiencia. Es un **espacio digital para la lluvia de ideas**, puedes añadir tus comentarios mediante **post-its virtuales**.

New Communication Behaviours during Covid19

Hintergrund festlegen | Seite löschen

DigiCULTS
Digital Culture for SMEs

It was the first time I used mobile apps for online shopping

Which new interaction and communication behaviours did you observe during Covid19?
eg. your own behaviours, your friends', customers' or suppliers' behaviours

I ordered much more online

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

¡Vamos a compartir nuestras ideas en conjunto!

Comparte tu experiencia:

¿Qué nuevas formas de comunicación y comportamiento observaste durante la Covid-19?

Abre el link de [Jamboard](#), coge un post-it del menú a la izquierda (véase la imagen) y contribuye añadiendo tu respuesta a nuestra pregunta.

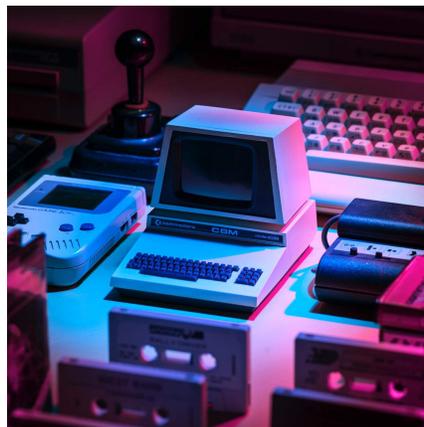
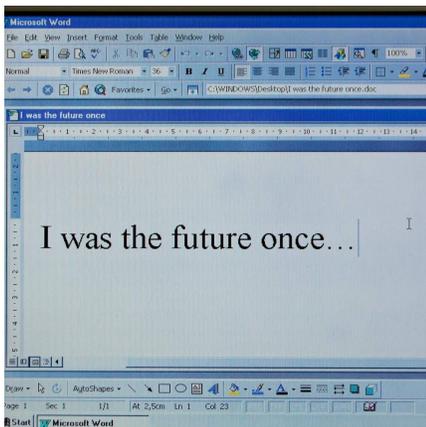
i ¿Aún no has usado Google Jamboard? Es fácil de usar e intuitivo. No necesitas registrarte para usarlo. Aquí tienes un breve **tutorial** de [YouTube](#) para usarlo.

Una breve mirada a la historia de internet

Las posibilidades de la computación e internet han cambiado.

En los **inicios del internet**, había sobretodo una comunicación basada en **mensajes de texto**. El intercambio de mensajes **no-verbales** y **simbólicos** no era posible, lo que **deterioraba la experiencia de la comunicación**.

Estos **aspectos importantes** en la comunicación no se podían transmitir mediante mensajes de texto: se quedaban fuera del mensaje y **algo faltaba** en este tipo de comunicación.



¿Cuál era el futuro antes? ¿Cuál es el futuro ahora?

Tecnología de vanguardia de otros tiempos.

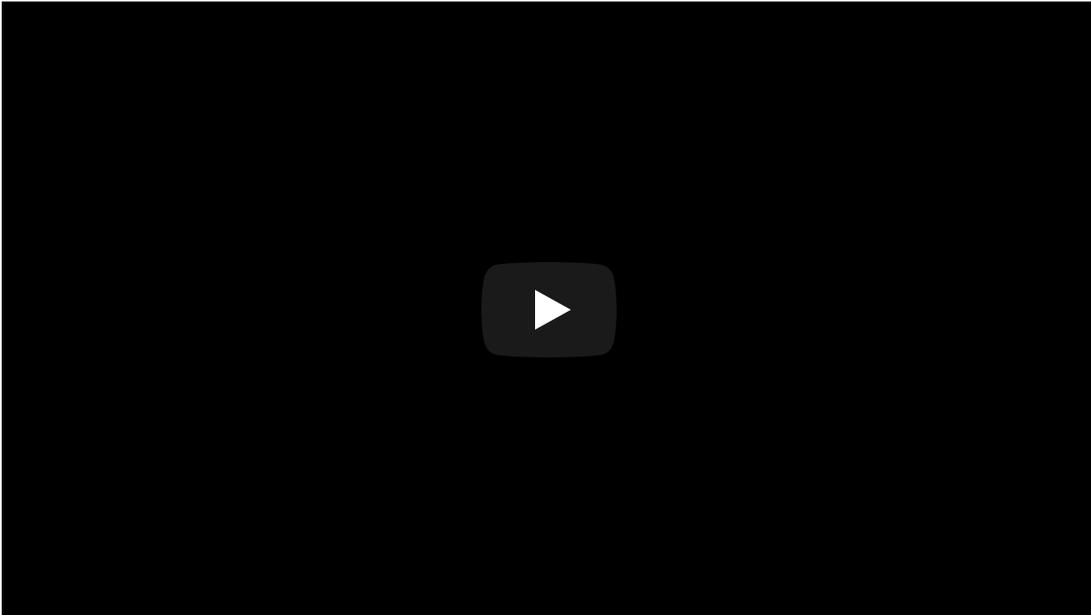
La comunicación basada en mensajes de texto era la dominante en los inicios de la computación.

En los inicios del internet, la comunicación online no podía substituir a la comunicación en persona. Importantes aspectos comunicativos se quedaban fuera.

¿Te acuerdas cómo era el Internet en los 90? Aquí tienes un recordatorio:

 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 The Internet Looked Like In The 1990s | Flashback | NBC News

A "Nightly News" segment from 1993 captures the early stages of how people were using the Internet." Subscribe to NBC News: <http://nbcnews.to/SubscribeToNBC>...

VER EN YOUTUBE >

Al avanzar la tecnología con el paso de los años, con el [Internet de las Cosas](#), teléfonos inteligentes e [inteligencia artificial](#), las experiencias de interacción digital y analógica empezaron a converger.

Ya no han una **delimitación clara** entre la comunicación **digital y no digital** ([Carr, 2020](#)). Buenos ejemplos son los [Códigos QR](#), la [realidad aumentada](#), o los [dispositivos vestibles](#).

Con el progreso tecnológico, **se pueden transmitir cada vez más aspectos sociales y emocionales en la comunicación digital**.



Los códigos QR son una herramienta muy útil durante la Covid-19. En Israel, el pasaporte Covid funciona con QR. [Lee más.](#)



La realidad aumentada provee información adicional a los usuarios, y es un añadido a la realidad. ¿Quieres saber cuál es la diferencia entre realidad aumentada y virtual? [Lee más.](#)

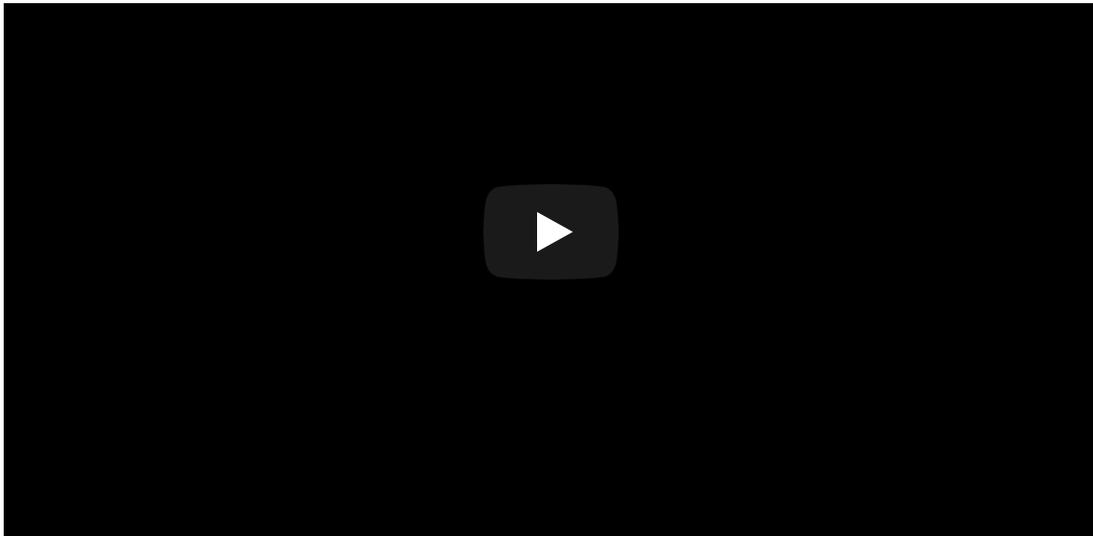


¿Ya llevas dispositivos vestibles? Tienen ciertas ventajas e inconvenientes. [Lee más.](#)

El internet y todos los dispositivos y tecnologías conectadas existen porque **los humanos necesitamos comunicarnos**. Incluso se puede argumentar que el internet es un paso evolutivo natural y una manifestación de nuestra necesidad de comunicación. Para más información, mira el [video informativo](#) "Who Invented the Internet? And Why?".

 YOUTUBE





Who Invented the Internet? And Why?

Nuclear war, cat gifs and reddit? Wait, what? Who was the genius who came up with all of that? The internet is such a crucial tool in our daily lives today t...

VER EN YOUTUBE >



Después de conocer más sobre la comunicación online, estamos preparados para contestar a nuestra pregunta inicial:

¿Puede la comunicación online substituir al contacto en persona?

Algunos aspectos del contacto personal son difíciles de transmitir de manera online - eso es seguro.

Según la industria en la que tu PyME trabaje, puede ser difícil usar la comunicación online como sustituto de un contacto en persona o servicio.

Aún así, **la comunicación online tiene un potencial enorme para la transformación digital** de tu empresa.

Vamos a ver un **breve resumen comparativo** de las características de la comunicación online y offline, que hemos visto en este capítulo:

Dimensiones	Comunicación en persona	Comunicación Online
Posibles formas de comunicación	<ul style="list-style-type: none">• comunicación escrita,• oral y• no-verbal	<ul style="list-style-type: none">• es posible la comunicación escrita, oral y no-verbal, según la tecnología que se use.• a veces se pierden aspectos sociales importantes en la comunicación online.

Dimensiones	Comunicación en persona	Comunicación Online
Habilidades y competencias para el proceso de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • se basa en un conocimiento tácito • se basa en experiencia pasada 	<ul style="list-style-type: none"> • se necesitan competencias digitales • se necesitan habilidades en comunicación online
Comportamientos y hábitos de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • una serie de comportamientos y hábitos muy conocidos • cada vez más influenciada por la tecnología digital 	<ul style="list-style-type: none"> • cambio y desarrollo contante • influida por las nuevas tecnologías

En resumen, estamos hablando de **diferentes tipos de comunicación**. En el mundo online, hacemos uso de **medios de comunicación diferentes** a los que utilizamos en el mundo real. Cuando nos comunicamos de manera online, no podemos hacer uso del conocimiento tácito que tenemos en la comunicación en persona.

Se necesitan **nuevas habilidades y una cultura de comunicación digital** para aprovechar todas las nuevas aportinades que brinda la comunicación online. Las tecnologías digitales nos permiten **nuevas oprtunidades de comunicación**. Están cambiando constantemente nuestros comportamientos y hábitos, nuestros valores y pensamientos ([McLuhan, 1964](#)).





Más lecturas y recursos

i Puede traducir páginas en inglés a castellano, visualizándolas con el navegador Google Chrome. Clique con el botón derecho en cualquier lugar dentro del contenido de la web y seleccione Traducir.

¿Quieres aprender más sobre nuevas tecnologías?

GCFLearnFree.org es una plataforma educativa online gratuita y es una buena introducción sobre nuevas tecnologías cómo RA/RV, drones, coches autónomos, aprendixaje en las máquinas, reconocimiento facial y ¡mucho más!

¡DALE UN VISTAZO!

¿Quién inventó el internet?

El vídeo explicativo de "in a nutshell" nos explica por qué se inventó el internet y por quién.

¡MÍRALO!

The Medium is the Message

Lee el trabajo de Marshall McLuhan sobre la extensión de los humanos a través de la tecnología: cómo nos influyen los medios digitales, cómo los usamos y cómo nos transforman.

LEE MÁS



¿Qué has aprendido en el Capítulo 4?

Lecciones Aprendidas

En este capítulo, hemos aprendido sobre los siguientes aspectos de la **comunicación online**:

- Los humanos son seres que **intercambian y crean mensajes** constantemente. El internet y todos los dispositivos conectados existen por la **necesidad humana de comunicarse**.

- La Tecnología puede **facilitar ciertos comportamientos**. Entender esto nos permitirá entender a nuestros clientes y sus necesidades.
- Puede ser **difícil substituir la comunicación en persona a través de la comunicación online** en todos los sectores, pero, aún así, tiene un **gran potencial de transformación digital** y el desarrollo de modelos de negocio en PyMEs.

Los Medios Digitales permiten nuevas formas de comunicación. Hay muchas posibilidades de comunicarse en línea, más de las que puedas imaginar. Entender las oportunidades en la comunicación online puede promover la **transformación digital** y el desarrollo de tu empresa ([Matarazzo et al, 2021](#)).

En el siguiente capítulo, daremos un vistazo a oportunidades de comunicación online para PyMEs: Compartiremos **4 consejos de estrategias de comunicación online en empresas** para promover la innovación y la **transformación digital** en tu empresa.

¡Promoviendo la Innovación y la Transformación Digital!

5) ¡Promoviendo la Innovación y la Transformación Digital!



Comunicación online en empresas:
Un impulso a la transformación digital .

Cómo hemos aprendido en las lecciones anteriores, la transformación digital no sólo equivale a un cambio tecnológico.

La transformación digital se basa en modelos de negocio innovadores y **centrados en el cliente** que incluyen los datos digitizados y los procesos digitalizados. Se trata de **transformar la relación con el cliente** y constantemente generar un **valor añadido para el cliente** ([Goerzig & Bauernhansl, 2018](#)).

Por eso, la **transformación digital** se basa en un intenso proceso de **co-creación** con los clientes para **entender mejor su gustos** y preveer **tendencias que puedan mejorar el éxito del producto**.

Vamos a compartir **4 consejos** sobre cómo desarrollar una estrategia de comunicación online para impulsar **la innovación y la transformación digital** en tu pequeña y mediana empresa.

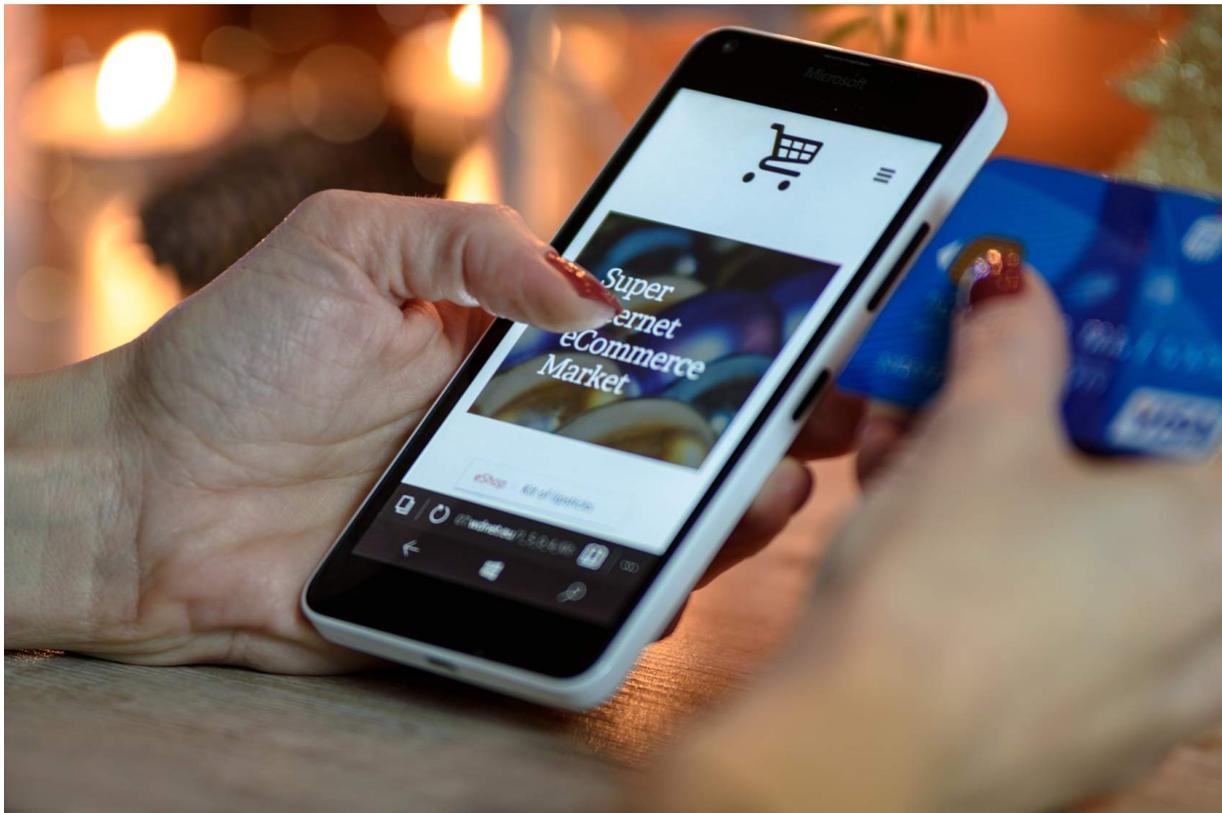
4 consejos para tu estrategia de comunicación digital

1) Crear un valor añadido para el cliente mediante la transformación digital

"La transformación digital puede facilitar la creación de un valor añadido para el cliente mediante la adopción de distintas tecnologías que apoyan las diferentes fases de la experiencia del usuario" ([Matarazzo et al., 2021](#)).

Algunos estudios ([Matarazzo et al., 2021](#)) demuestran que las tecnologías digitales son buenas para reforzar la relación con el cliente mediante diferentes **canales de comunicación** y **fases** de la

experiencia del cliente.



"La **experiencia del cliente** es la suma de todas las experiencias que viven los clientes cuando interactúan con tu empresa y marca" ([Sorman](#)).

Usa la tecnología para conocer a tu cliente y promover la innovación y transformación digital

Hace posible conocer los deseos, necesidades y inconvenientes en la [experiencia del cliente](#). Te ayuda a **desarrollar nuevos productos y servicios**, basándote en sus respuestas y comentarios. "En vez de sólo mirar una parte de tu interacción con el cliente, la experiencia del cliente documenta la interacción completa del cliente con tu producto o servicio" ([Sorman](#)).

2) Conoce los deseos, emociones y necesidades de tus clientes

"Este conocimiento puede respaldar el inicio de la transformación digital, lo que permite la creación de valor añadido para el cliente" (Matarazzo et al., 2021).

Hacer uso de diferentes tipos de tecnología, en especial redes sociales, permite a las empresas **un contacto directo y emocional** con los clientes. Estas relaciones les facilitan una gran fuente de información para entender los **deseos, emociones y necesidades de los clientes**. Permite **redefinir el conocimiento de las empresas** sobre sus clientes mediante una conexión estrecha con ellos.



¿Cuáles son los deseos y necesidades de tus clientes? La comunicación online, la interacción y la recogida de información sobre tus clientes durante toda su experiencia te permitirán conocerlos.

Un 'círculo virtual' de sondeo

"Según [Sashi\(2012\)](#), mediante las tecnologías digitales, las empresas abren **un círculo virtual que empieza con la interacción con el cliente, continua con la satisfacción del cliente y llega hasta**

el compromiso del cliente" ([Matarazzo et al., 2021](#)).

Durante este proceso, el **conocimiento de las empresas** sobre sus clientes aumenta paso a paso y mejora toda la experiencia del cliente.

¿Cómo detectar las necesidades y deseos de los clientes?

Los siguientes dos consejos te ayudarán.

3) Antes y después de la compra: Utiliza redes sociales

Las Apps y redes sociales pueden mejorar la creación de valor añadido para el usuario, tanto antes como después de la interacción comercial. El entretenimiento es un factor crucial en ambas fases. En la fase **preliminar**, la **información** es un factor adicional, mientras que la **dimensión social** es importante **después** de la **compra**:

- **Antes de la compra:** Las redes sociales se pueden usar para satisfacer la necesidad de información de los clientes y dar a conocer la marca.
- **Después de la compra:** Buenas sensaciones después de la compra llevan a la fidelidad con la marca. Los clientes interactúan con otros en redes sociales para compartir buenas experiencias sobre tu producto o servicio. Así, los clientes crean conjuntamente un valor añadido ([Matarazzo et al., 2021](#)).

Una estrategia de comunicación que anima a la **interacción**, la **participación** y la **colaboración** con los clientes contribuye al **desarrollo de nuevos servicios y productos** (digitales).



Desarrolla **contenidos digitales** a medida de tus clientes. Descubre cuál de tus publicaciones tiene un **alcance mayor** a posibles clientes. Paso a paso, aprenderás más sobre las necesidades, intereses y deseos de tus clientes.

Socialización online.

¿Qué son las redes sociales? Entendemos cómo redes sociales a la creación de redes, los 'blogs', los 'influencers' que puedan promocionar nuestro producto (marketing de afiliados), anuncios pagados y la creación de contenidos digitales para redes sociales (videos, imágenes, podcasts, etc.).

La creación de contenidos digitales para redes sociales tiene que ser ágil y basarse en la interacción con los clientes. ¿Qué les interesa? Mirar las estadísticas de tus cuentas de redes sociales facilita información valiosa.

¿Qué recursos utilizas para desarrollar contenidos digitales para las redes sociales de tu empresa?

El contenido se basa en novedades que quiero compartir con los clientes.

Se basa en respuestas a preguntas y reacciones de los consumidores y posibles clientes.

Se basa en tendencias actuales y temas de discusión conectados con nuestros productos y servicios.

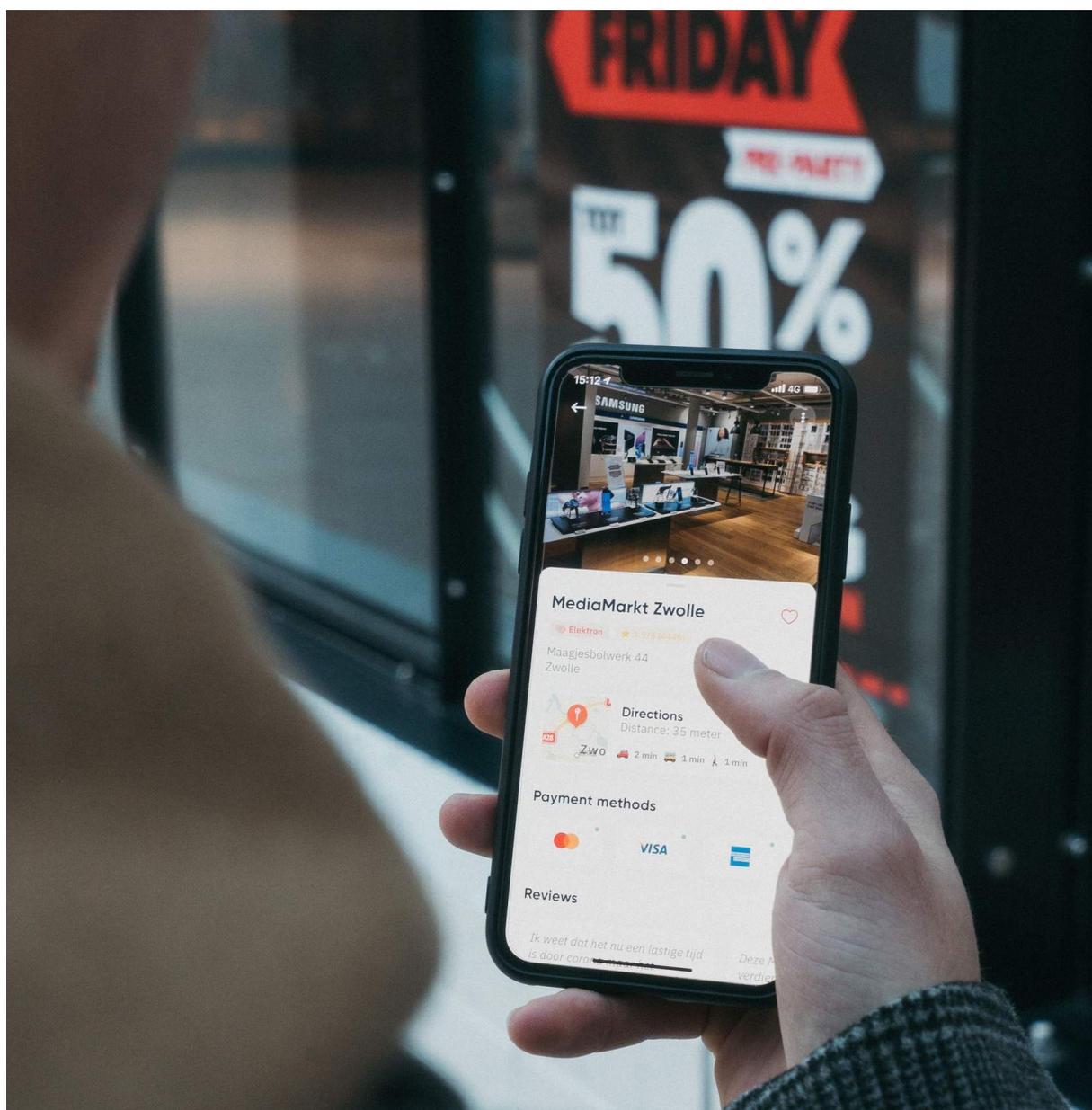
Se basa en datos obtenidos del análisis de las estadísticas de nuestras redes sociales y página web.

SUBMIT

4) La fase de compra: Utiliza una estrategia omnicanal

"Una estrategia omnicanal puede mejorar la creación de un valor añadido durante la fase de compra, mejorando la información, el entretenimiento y el atractivo sensorial" (Matarazzo et al., 2021).

Una estrategia omnicanal provee al cliente con una **experiencia integral**. El cliente podría hacer la compra desde un ordenador de sobremesa, desde un móvil, por teléfono o en persona en una tienda. Estas experiencias en la compra serían sin roces y conectadas entre ellas. Por lo tanto, una estrategia omnicanal es **distinta a una estrategia multicanal**, donde los canales no están conectados entre ellos. Existen paralelamente, pero no están integrados.



Conectar la comunicación y las interacciones online y offline para una experiencia de consumidor fluida.

Coordinar todos los canales para crear una experiencia de consumidor fluida

"La capacidad de coordinación es importante en la integración de los canales de distribución (comercio electrónico) y de comunicación (página web, redes sociales), siguiendo una lógica omnicanal.

Para mejorar la experiencia de consumo, añadir información y animar a la interacción y la comunicación entre los clientes y la empresa, se requiere de una fuerte integración y coordinación entre la diferentes actividades" ([Matarazzo et al., 2021](#)).

¿Que canales de comunicación e interacción utilizas en tu empresa?

Háznoslo saber y participa en la encuesta anónima a continuación. También podrás ver qué canales utilizan otras compañías en los resultados. ¡No te lo pierdas!

 POLL



Get the responses
you need, anywhere.

¿Qué canales de comunicación e interacción online usa actualmente?

Poll Answers: Website, Facebook, Instagram, Youtube, App Movil, Linkedin, Tienda Online, Tiktok, Otro,

MÁS INFORMACIÓN POLL >





 Puede traducir páginas en inglés a castellano, visualizándolas con el navegador Google Chrome. Clicke con el botón derecho en cualquier lugar dentro del contenido de la web y seleccione Traducir.

La transformación digital y la creación de valor del cliente en PyMEs italianas: Una perspectiva dinámica de capacidades

El estudio de Matarazzo et al (2020) describe en detalle cómo la transformación digital y los creación de valor del cliente están conectadas para la PyMEs.

[LEE MÁS](#)

Los Nueve Elementos de Transformación Digital

Westerman, Bonnet, and McAfee (2014) nos muestran cómo los gerentes usan las tecnología digitales para redefinir sus negocios.

[LEE MÁS](#)

Una Guía Paso a Paso hacia la Transformación Digital

Niall McKeown ha publicado una exhaustiva guía paso a paso hacia la transformnación digital.

[LEE MÁS](#)



¿Que has aprendido?

Lecciones aprendidas

En el quinto capítulo hemos visto cómo hacer que la estrategia de comunicación de tu empresa se ponga a punto para la transformación digital. 4 consejos se introdujeron:

- **Crear valor para el cliente** mediante la transformación digital
- **Averigua los deseos, sentimientos y necesidades** de tus clientes
- **Antes y después de la compra:** Usa redes sociales
- **Durante la compra:** Utiliza una estrategia omnicanal

¡Esperamos que haya disfrutado de esta introducción sobre cómo promover la transformación digital!

Apreciamos sus **comentarios**, así que déjelos en [nuestro Padlet](#). ¡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](#)