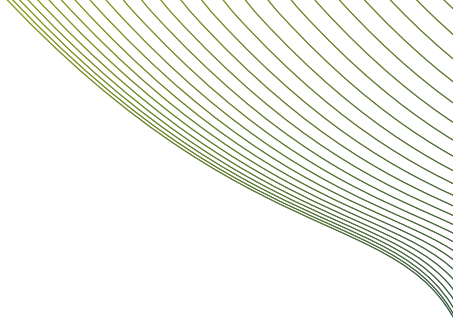


MÓDULO 2

La digitalización como herramienta para emprender

Herramientas prácticas para crear, organizar y hacer
crecer tu proyecto



La tecnología forma parte de nuestro día a día y también **puede convertirse en una gran aliada cuando ponemos en marcha un negocio**. Nos permite comunicarnos con nuestra clientela, organizar tareas, mostrar nuestros productos o servicios, gestionar citas, guardar documentos o llegar a personas que de otra manera quizá nunca conocerían nuestro proyecto.

Pero **digitalizar un negocio no significa utilizar todas las herramientas disponibles**, tener una página web desde el primer día o estar presente en todas las redes sociales.

Digitalizar consiste en **identificar qué necesita tu proyecto y elegir aquellas herramientas** que realmente pueden ayudarte a trabajar mejor.

Quizá necesites organizar tus citas para no depender de mensajes y notas. O tener un espacio en Internet donde explicar claramente tus servicios. Tal vez quieras empezar a utilizar las redes sociales para darte a conocer o simplemente necesites ordenar mejor tus documentos y tareas.



Índice de contenidos

01	Antes de empezar: digitalizar no significa saber de tecnología	<u>03</u>
02	¿Qué necesita digitalizar tu negocio?	<u>04</u>
03	Construye una identidad para tu proyecto	<u>05</u>
04	Crea tu presencia online	<u>07</u>
05	Elige dónde comunicarte: redes sociales y contenidos	<u>09</u>
06	Herramientas digitales para organizar mejor tu negocio	<u>11</u>
07	Haz que tu presencia digital sea accesible y profesional	<u>14</u>
09	Tu plan de digitalización: ¿por dónde empiezas?	<u>19</u>
10	Esto es solo el principio	<u>21</u>



ANTES DE EMPEZAR:

Digitalizar no significa saber de tecnología

Cuando escuchamos hablar de digitalización, podemos imaginar procesos complejos, programas difíciles de utilizar o conocimientos técnicos avanzados.

Pero digitalizar un negocio puede empezar por algo mucho más sencillo. Utilizar un calendario para organizar tus citas, guardar tus documentos de manera ordenada, crear un correo electrónico profesional o utilizar una red social para mostrar tu trabajo también forma parte de la digitalización.

La tecnología tiene sentido cuando nos ayuda a resolver una necesidad.



Por eso, la primera pregunta **no debería ser:**

“¿Qué herramienta debería utilizar?”

Sino:

“¿Qué necesito mejorar en mi negocio?”

Imagina que gestionas todas tus citas a través de conversaciones de WhatsApp. Cada vez que necesitas comprobar una fecha tienes que buscar entre mensajes y, alguna vez, incluso has anotado dos citas a la misma hora.

Podrías empezar buscando una aplicación muy completa para gestionar clientes, automatizar recordatorios y controlar reservas.

Pero **quizá todavía no necesites todo eso.**

Tu primera solución podría ser simplemente centralizar todas las citas en un calendario digital.

Has digitalizado una parte de tu negocio porque has utilizado la tecnología para solucionar un problema concreto.

UN EJEMPLO

Miren realiza trabajos de **estética a domicilio**. Sus clientas contactan con ella principalmente mediante mensajes y durante meses ha organizado sus citas apuntándolas en diferentes conversaciones y en una agenda de papel.

El sistema funciona... hasta que empieza a tener más clientas.

Cada vez dedica más tiempo a comprobar horarios, ha cometido algún error con las citas y necesita consultar su agenda cuando está fuera de casa.

Su necesidad es:

Organizar mejor las citas.

Una posible solución digital sería:

Utilizar un calendario digital donde centralizar todas las reservas y configurar recordatorios.

El objetivo no es “ser más digital”.

El objetivo es organizar mejor su trabajo y reducir errores.



La herramienta no es el punto de partida. El punto de partida es la necesidad.

¿QUÉ NECESITA DIGITALIZAR TU NEGOCIO?

Antes de abrir perfiles, descargar aplicaciones o contratar servicios, merece la pena observar cómo estás trabajando actualmente.

Piensa en las tareas que realizas de manera habitual.

¿Hay alguna que te quite demasiado tiempo? ¿Buscas constantemente información que no sabes dónde has guardado? ¿Hay procesos que repites una y otra vez? ¿Tus clientes tienen dificultades para encontrarte o ponerse en contacto contigo?

Esas **pequeñas dificultades pueden ayudarte a identificar por dónde empezar** a digitalizar tu actividad.

La tecnología puede ayudarte en ámbitos muy diferentes.

Por ejemplo, puede facilitar la **organización**, ayudándote a **gestionar citas**, tareas o documentos; **mejorar la comunicación**, permitiendo centralizar consultas o enviar información; ayudarte a **promocionar tus productos o servicios**; o **simplificar determinados procesos** relacionados con pedidos, reservas o seguimiento de clientes.

Pero **no necesitas trabajar todas esas áreas a la vez.**

UN EJEMPLO

Lucía elabora productos artesanales y recibe encargos principalmente a través de redes sociales.

Cuando analiza su actividad **identifica varios problemas:**

- Algunas personas le preguntan repetidamente por los mismos precios.
- Los pedidos llegan mezclados entre mensajes personales.
- Guarda fotografías de sus productos en diferentes dispositivos.
- A veces tarda demasiado en localizar la información de un encargo.

Podría pensar:

“Necesito digitalizar todo mi negocio.”

Pero eso sigue siendo demasiado amplio. En lugar de hacerlo todo de golpe, decide establecer una prioridad:

Necesidad: organizar mejor los pedidos.

Primera mejora: crear un sistema sencillo donde pueda registrar cada pedido, los datos necesarios, el estado en el que se encuentra y la fecha de entrega.

Cuando ese proceso funcione, podrá abordar otra necesidad.

EJERCICIO

Piensa en tu actividad actual o en cómo imaginas el funcionamiento de tu futuro negocio.

Una tarea que me ocupa demasiado tiempo es:

Una información que me cuesta localizar es:

Una parte de mi negocio que podría organizar mejor es:

Algo que podría facilitar a mis clientes es:

Ahora **elige una prioridad.**

La primera necesidad que me gustaría mejorar es:

¿Qué conseguiría si lograra mejorarla?

CONSTRUYE UNA IDENTIDAD PARA TU PROYECTO

Tu identidad es la **forma en la que otras personas reconocen y recuerdan** tu negocio.

Y no hablamos únicamente de tener un logotipo. **El nombre de tu proyecto, los colores que utilizas, las fotografías, las tipografías, tu manera de escribir y hasta la forma en la que respondes a una consulta** contribuyen a construir una imagen determinada.

Piensa en un negocio que reconozcas fácilmente. Probablemente no necesites ver siempre su logotipo para identificarlo. Puede que reconozcas sus colores, su manera de presentar los productos o incluso su forma de hablar.

Eso es parte de su identidad. **Cuando estás empezando, no necesitas construir una marca complicada. Una base sencilla y coherente es suficiente.**

Puedes comenzar definiendo un nombre, unos pocos colores, una o dos tipografías fáciles de leer y un estilo visual que puedas mantener en tus diferentes espacios.

Lo importante es la coherencia.

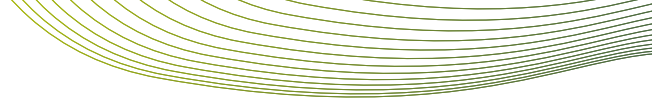
UN EJEMPLO

Marta crea complementos textiles hechos a mano y utiliza las redes sociales para mostrarlos.

Al principio diseña cada publicación de manera completamente diferente: cambia constantemente de colores, utiliza distintas tipografías y modifica el estilo de las fotografías.

Sus publicaciones pueden ser bonitas individualmente, pero resulta difícil reconocer que todas pertenecen al mismo proyecto.

Decide simplificar.



Selecciona unos colores que representen su marca, utiliza siempre las mismas tipografías y establece un estilo sencillo para fotografiar sus productos. Poco a poco, sus diferentes contenidos empiezan a parecer **partes de un mismo proyecto**. Eso es exactamente lo que buscamos con una identidad coherente.

Tu identidad debe reflejar **qué representa tu proyecto y cómo quieres que lo perciban otras personas**. No necesitas tener una marca completamente definida desde el principio, pero sí establecer una base que te ayude a mantener una imagen coherente.

1. ¿Qué quieres transmitir?

Piensa en tres palabras que te gustaría que las personas relacionasen con tu proyecto.

Mi proyecto quiere transmitir:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Por ejemplo: **cercanía · profesionalidad · sencillez**.

2. ¿Cómo quieres que se vea?

Piensa ahora en cómo puedes trasladar esas ideas a tu identidad visual.

El estilo que mejor representa mi proyecto es:

- ☐ Cercano
- ☐ Profesional
- ☐ Artesanal
- ☐ Minimalista
- ☐ Dinámico
- ☐ Elegante
- ☐ Creativo
- ☐ Otro: _____

Los colores que podrían representar mi proyecto son:

El estilo de imágenes que quiero utilizar debería transmitir:

No necesitas utilizar muchos colores, tipografías o elementos gráficos. Una identidad sencilla y coherente suele ser más fácil de reconocer y mantener.

3. ¿Cómo quieres comunicarte?

Tu identidad también está en las palabras que utilizas y en la manera en la que te diriges a tu público.



Quiero que mi comunicación sea:

_____/_____
/_____

Por ejemplo: cercana · clara · profesional.

Mira ahora tus respuestas juntas. **¿Los colores, las imágenes y la forma de comunicar reflejan las tres ideas con las que quieres que se identifique tu proyecto?**

- ☐ Sí, existe coherencia.
- ☐ Hay algún elemento que debería revisar.

IDEA CLAVE: Una identidad coherente no consiste únicamente en tener un buen logotipo. Lo que dices, cómo lo dices y cómo presentas visualmente tu proyecto deberían transmitir una misma personalidad.

■ CREA TU PRESENCIA ONLINE

Tener presencia online significa que tu proyecto puede encontrarse y conocerse a través de Internet.

Pero eso no significa necesariamente tener una página web, cinco redes sociales y una tienda online.

Tu presencia digital puede construirse poco a poco.

Para algunos negocios, una web puede convertirse en el espacio central donde explicar servicios, mostrar trabajos y recibir solicitudes. Para otros puede ser suficiente, al principio, contar con un perfil profesional actualizado, una red social bien gestionada y un correo electrónico profesional.

La pregunta vuelve a ser la misma:

¿Qué necesita mi negocio?

Como mínimo, una persona interesada debería poder entender con facilidad quién eres, qué ofreces y cómo puede contactar contigo.

UN EJEMPLO

Nerea ofrece servicios de fotografía para pequeños negocios. Cuando una posible clienta escucha hablar de ella y busca su nombre en Internet encuentra un perfil personal, una red social que lleva meses sin actualizar y diferentes números de teléfono.

Nerea decide **simplificar su presencia digital**.

Crea un correo profesional, actualiza su perfil de negocio, explica claramente qué servicios ofrece y utiliza una única red social como escaparate principal de su trabajo.

Todavía no tiene página web. Y no pasa nada. Su presencia digital ahora es más sencilla, pero también mucho más clara y profesional.

AHORA TE TOCA A TI – REVISA TU PRESENCIA

Pregúntate

¿Una persona que me encuentra en Internet entiende rápidamente qué hago?

¿Puede saber qué productos o servicios ofrezco?

¿Sabe cómo contactar conmigo?

¿La información que encuentra está actualizada?

¿Mis diferentes perfiles transmiten la misma información?

Si la respuesta a alguna de estas preguntas es “no”, ya has encontrado una posible mejora.

ELIGE DÓNDE COMUNICARTE: REDES SOCIALES Y CONTENIDOS

Las redes sociales pueden ayudarte a mostrar tu trabajo, explicar tus servicios, compartir conocimientos y mantener el contacto con las personas interesadas en tu proyecto.

Pero existe una idea que conviene tener clara desde el principio: **No necesitas estar en todas.**

Cada plataforma tiene características diferentes y, sobre todo, **cada público utiliza Internet de una manera diferente.**

Antes de abrir un perfil, pregúntate: **¿Las personas a las que quiero dirigirme están aquí?**

Y después: ¿Tengo tiempo y recursos para mantener este canal?

Es preferible utilizar bien uno o dos espacios digitales que abrir cinco perfiles que terminen abandonados. Una vez elegido el canal, llega otra pregunta habitual:

¿Y ahora qué publico?

La respuesta no debería ser únicamente “mis productos”. Tus contenidos pueden cumplir diferentes funciones: explicar qué haces, resolver dudas, enseñar cómo trabajas, compartir consejos relacionados con tu actividad, mostrar novedades o presentar una oferta concreta.

UN EJEMPLO

Amaia es nutricionista y utiliza una red social para dar a conocer su actividad.

Si todas sus publicaciones dicen:

“Reserva tu consulta.”

su comunicación terminará resultando repetitiva. Decide organizar sus contenidos alrededor de cuatro temas:

APRENDER

Consejos y explicaciones relacionadas con su especialidad.

CONOCERLA

Su forma de trabajar y los valores de su proyecto.

RESOLVER DUDAS

Preguntas que suelen hacerle sus pacientes.

CONTRATAR

Información sobre sus servicios y cómo reservar.

Ahora no necesita inventar desde cero qué publicar cada semana: tiene una estructura que le ayuda a generar ideas.

CREA TUS TEMAS DE CONTENIDO

Piensa en tres o cuatro temas sobre los que podrías comunicar regularmente.

Tema 1: _____

Tema 2: _____

Tema 3: _____

Tema 4: _____

HERRAMIENTAS DIGITALES PARA ORGANIZAR MEJOR TU NEGOCIO

La digitalización no sirve únicamente para conseguir visibilidad. De hecho, algunas de las herramientas digitales más útiles son aquellas que **tu clientela nunca llega a ver**, pero que te permiten trabajar de una manera más organizada.

Un calendario puede ayudarte a gestionar citas y entregas. Un sistema de tareas puede evitar que olvides trabajos pendientes. El almacenamiento digital puede facilitar que encuentres rápidamente una factura o un presupuesto.

No necesitas incorporar diez aplicaciones. Empieza identificando qué necesitas resolver y busca después una herramienta que cumpla esa función.

¿QUÉ NECESITAS?

Organizar citas y fechas

Un calendario digital puede ayudarte a centralizar reuniones, entregas, vencimientos o recordatorios.

Organizar tareas

Una herramienta de gestión de tareas puede ayudarte a diferenciar qué está pendiente, qué estás haciendo y qué has terminado.

Guardar documentos

Un sistema de almacenamiento ordenado puede permitirte localizar rápidamente presupuestos, facturas, contratos, fotografías o documentos de clientes.

Comunicarte

Un correo profesional, una herramienta de videollamada o un canal específico de atención pueden ayudarte a separar mejor las comunicaciones personales y profesionales.

UN EJEMPLO

Elena trabaja como profesional autónoma y guarda documentos en diferentes lugares: algunos están en el ordenador, otros en el móvil y otros llegan por correo electrónico.

Cada vez que necesita recuperar una factura pierde varios minutos buscándola.

Decide crear una **estructura sencilla**:

01 · Administración

02 · Facturación

03 · Clientes

04 · Comunicación

05 · Proveedores

Además, empieza a utilizar nombres comprensibles para los documentos.



En lugar de:

✗ Factura definitiva nueva 2.pdf

utiliza:

✓ 2026-09_Factura_Cliente.pdf

No ha incorporado ninguna tecnología compleja. **Simplemente ha creado un sistema que le permite trabajar mejor.**

Completa únicamente aquello que necesites:

Para organizar mis citas necesito: _____

Para controlar mis tareas necesito: _____

Para guardar mis documentos necesito: _____

Para comunicarme con clientes necesito: _____

Para mostrar mi negocio necesito: _____

No es necesario rellenar todos los apartados.

Si no existe una necesidad, tampoco necesitas añadir una herramienta.

HAZ QUE TU PRESENCIA DIGITAL SEA ACCESIBLE Y PROFESIONAL

Una buena presencia digital no solo tiene que ser atractiva. También **debe ser fácil de entender, leer y utilizar.**

La accesibilidad digital busca que **contenidos, documentos, páginas web y vídeos puedan ser utilizados por el mayor número posible de personas.** Por eso, no debería considerarse algo que añadimos al final: conviene tenerla presente desde que empezamos a crear.

Y muchas mejoras de accesibilidad son, además, buenas prácticas para cualquier persona.

Un texto bien organizado se entiende mejor. Un buen contraste facilita la lectura. Un botón que explica claramente qué va a ocurrir genera menos dudas.

UN EJEMPLO

Imagina **dos botones.**

El primero dice:
Pulsa aquí

El segundo:
Descarga la guía

Ambos pueden llevar exactamente al mismo sitio.

Sin embargo, el segundo permite saber qué ocurrirá antes de pulsarlo y resulta mucho más claro. Este mismo principio puede aplicarse a una web, una publicación o un correo electrónico.

ANTES DE PUBLICAR, REVISAR

No necesitas memorizar decenas de normas. Empieza por unas pocas preguntas:

¿El texto se lee con facilidad?

Utiliza tamaños adecuados, tipografías claras y párrafos que no sean excesivamente largos.

¿Existe suficiente contraste?

Evita combinaciones de colores que dificulten distinguir el texto del fondo.

¿La información está ordenada?

Utiliza títulos y separa las ideas para facilitar la lectura.

¿Las imágenes ayudan a comprender?

Procura que tengan buena calidad y no introduzcas toda la información importante únicamente dentro de una imagen.

¿Los vídeos pueden seguirse fácilmente?

Utiliza un audio claro y, siempre que sea posible, incorpora subtítulos.

¿Los botones explican qué hacen?

Mejor “Solicita información” que simplemente “Más”.



Diseñar de manera accesible no significa complicar tu comunicación. Muchas veces significa justamente lo contrario: hacerla más clara y sencilla.

TU PLAN DE DIGITALIZACIÓN: ¿POR DÓNDE EMPIEZAS?

Después de leer esta guía quizá hayas identificado **muchas cosas que podrías mejorar**.

Una web. Tus redes sociales. La organización de documentos. Tu identidad visual. Las citas. Los contenidos...

Pero recuerda una de las ideas con las que empezamos:

Digitalizar no significa hacerlo todo a la vez.

El objetivo es elegir aquellas mejoras que realmente puedan aportar valor a tu negocio y avanzar de manera progresiva.

Por eso, antes de terminar vamos a construir tu primer plan de digitalización.

UN EJEMPLO

Iratxe tiene un pequeño negocio de productos artesanales.

Después de revisar su actividad identifica **tres necesidades**:

1. Sus **pedidos llegan por diferentes canales**.
2. Sus **publicaciones no tienen una identidad visual** reconocible.
3. Sus **fotografías y documentos están desorganizados**.

Podría intentar solucionar las tres cosas inmediatamente.

Pero decide **establecer una prioridad**:

Primero voy a organizar mis pedidos.

Su plan queda así:

NECESIDAD

Centralizar los pedidos.

OBJETIVO

Reducir errores y saber rápidamente qué pedidos están pendientes.

SOLUCIÓN

Crear un único sistema para registrar todos los encargos.

PRIMER PASO

Decidir qué información necesita registrar de cada pedido.

CÓMO SABRÉ SI FUNCIONA

Si puede consultar todos sus pedidos pendientes desde un mismo lugar sin buscar conversaciones o notas.

Cuando ese sistema funcione, podrá pasar a la siguiente mejora.

EJERCICIO - CREA TU PROPIO PLAN

MI PRIORIDAD DIGITAL (Lo primero que quiero mejorar es:)

¿POR QUÉ? (Esta mejora me ayudaría a:)

¿QUÉ SOLUCIÓN NECESITO?

MIS TRES PRÓXIMOS PASOS

01. _____
02. _____
03. _____

¿CÓMO SABRÉ SI HA FUNCIONADO?

Este es solo el comienzo

La tecnología puede ayudarte a organizar mejor tu actividad, comunicar el valor de tu trabajo y acercarte a nuevas oportunidades. Pero no necesitas conocer todas las herramientas ni transformar completamente tu negocio de un día para otro.

Empieza por una necesidad concreta, busca una solución que puedas mantener y observa si realmente mejora tu manera de trabajar. A medida que tu proyecto avance podrás incorporar nuevas herramientas, cambiar las que ya no te resulten útiles y seguir desarrollando tus competencias digitales.

Tu experiencia, tus conocimientos y tu proyecto siguen siendo la base. La tecnología es una herramienta para ayudarte a potenciarlos.

¿Seguimos avanzando?

Tienes disponibles en nuestra web

<https://autonomasporlaigualdad.org/digitalizacion-emprendimiento-femenino/>

otros **dos módulos** para seguir avanzando en tu proyecto:

Módulo 1 · Mentalidad emprendedora: empodérate y emprende

Descubre tus fortalezas, identifica oportunidades y aprende a transformar una idea en un proyecto con objetivos y próximos pasos claros.

Módulo 3 · Gestión administrativa y económica segura, sostenible y transparente

Conoce las bases para gestionar económicamente tu actividad, establecer precios y afrontar con mayor seguridad la gestión de tu negocio.

