



**UC Technology and Programming**  
Jornadas Tecnológicas sobre  
Transformación Digital  
5 y 6 de abril de 2019





213 Personas



25 Ponentes



19 Charlas

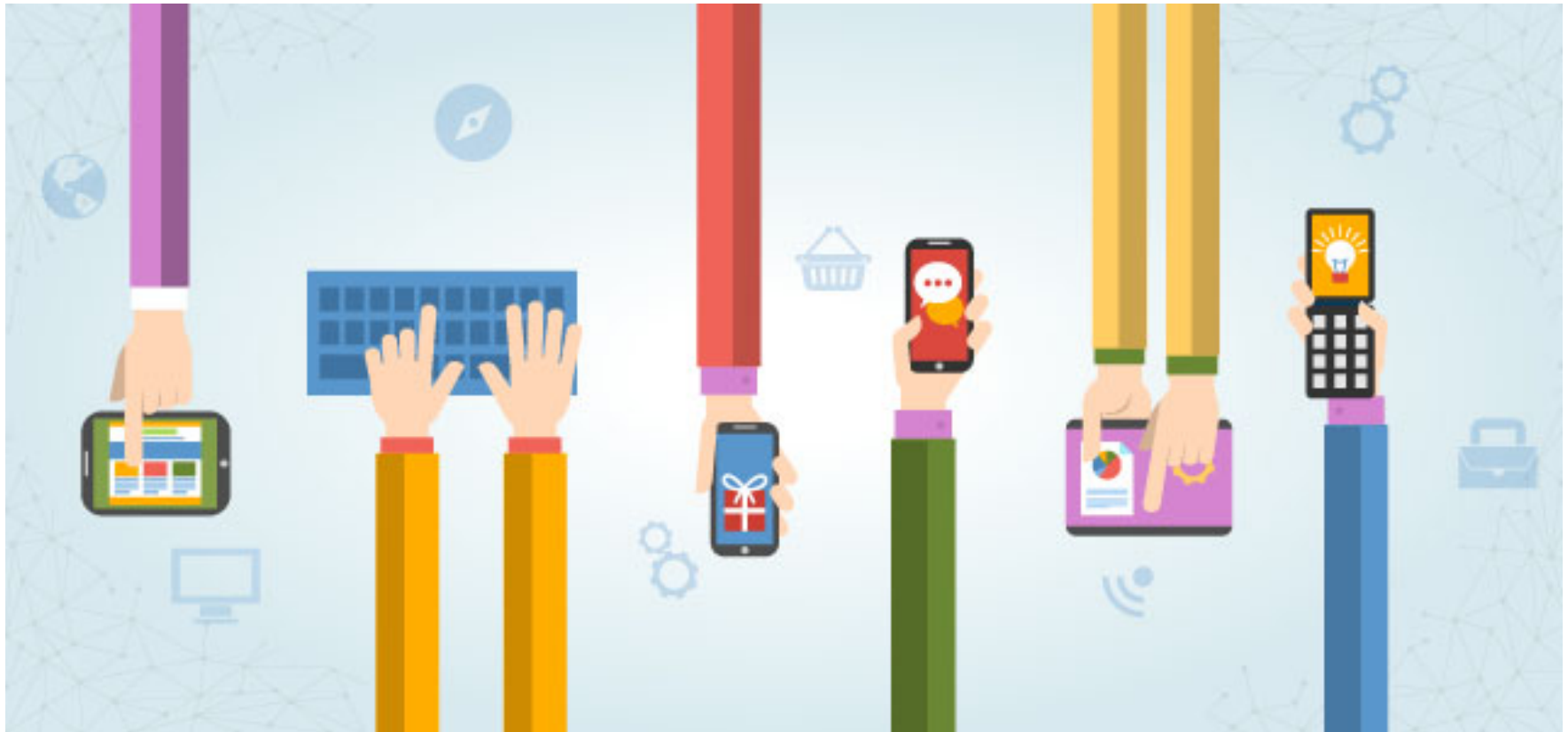


5 Talleres

Los hábitos de consumo del mercado **cambian constantemente** y los usuarios están instando a que actuemos de manera más innovadora para atender sus necesidades, nos exigen una **comunicación más cercana y bidireccional**.

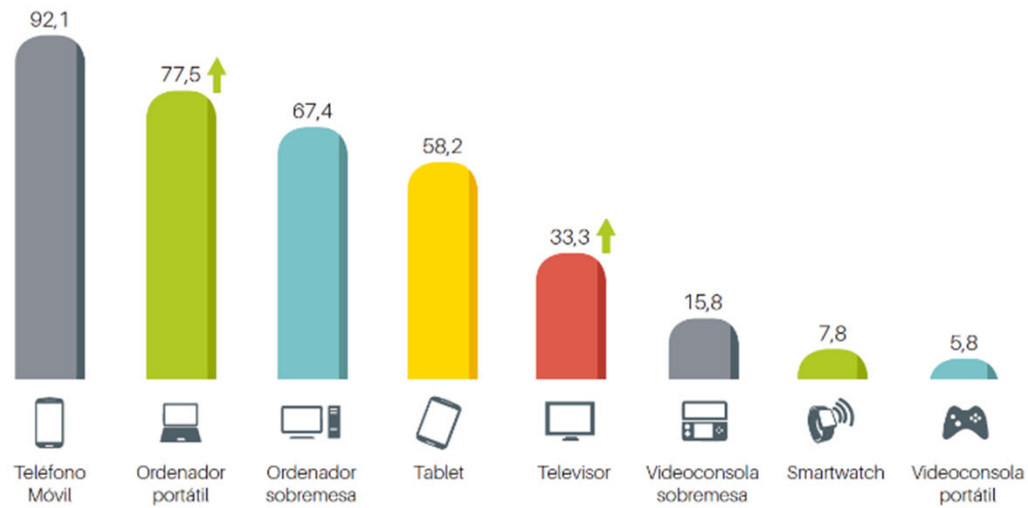


# Nuevos hábitos de consumo

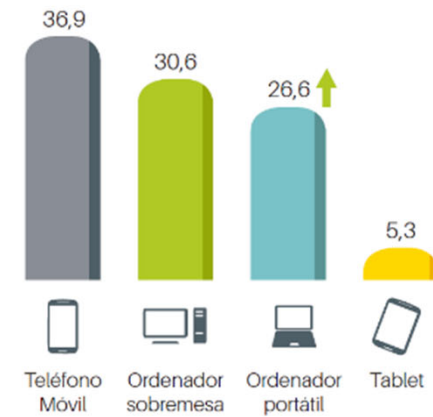


# Nuevos hábitos de consumo

DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)



DISPOSITIVO PRINCIPAL DE ACCESO A INTERNET (%)

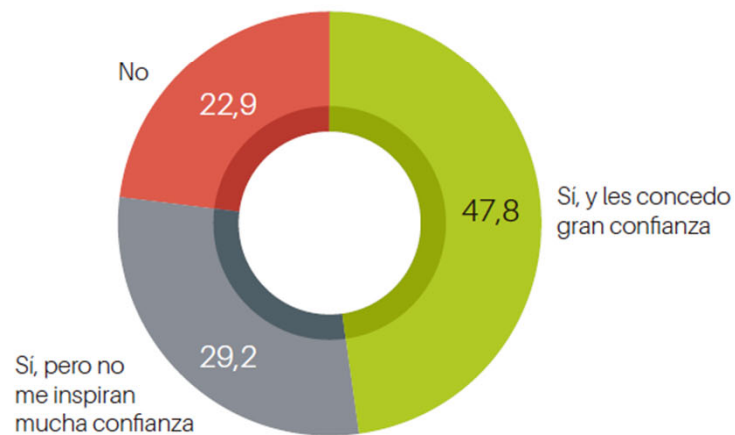


# Nuevos hábitos de consumo

## EL BOCA A BOCA EN INTERNET SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS

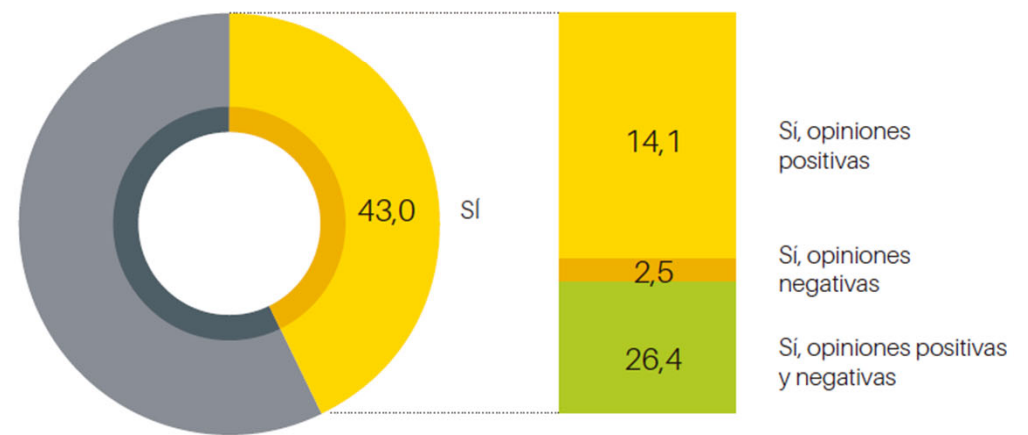
### CONSULTA DE OPINIONES / COMENTARIOS (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS

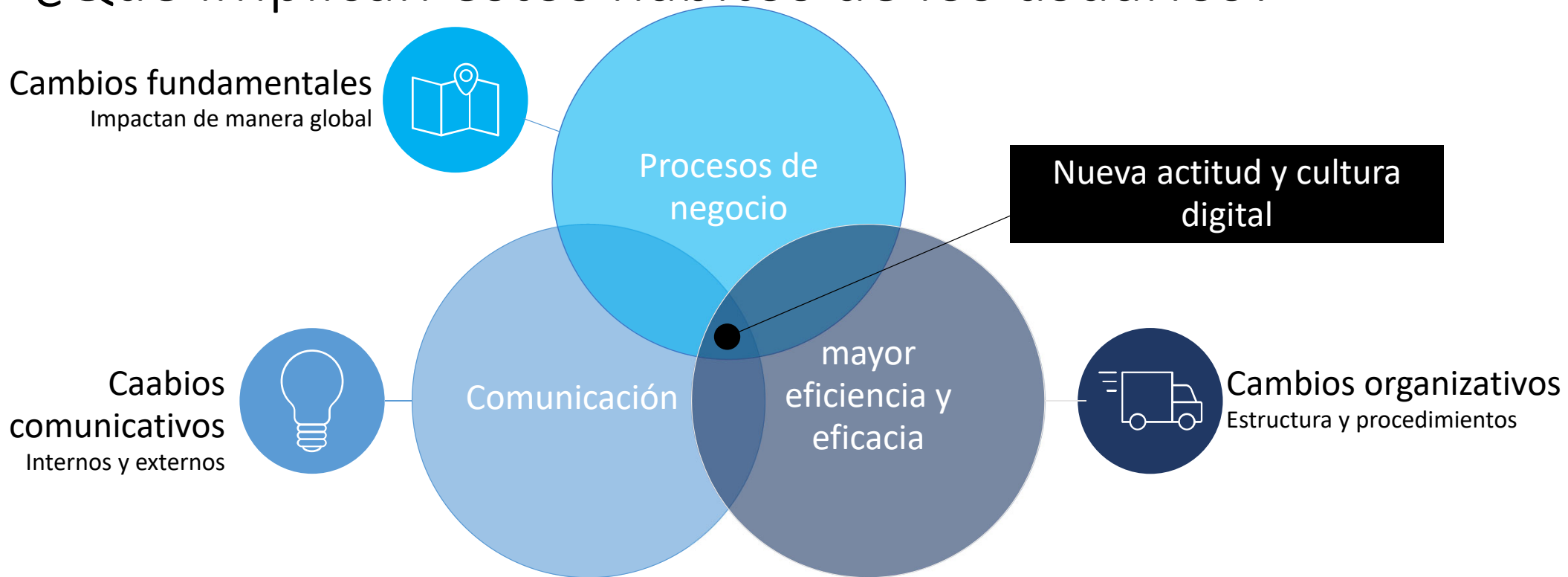


### DIVULGACIÓN DE OPINIONES / COMENTARIOS (%)

ÚLTIMOS 30 DÍAS



# ¿Qué implican estos hábitos de los usuarios?





# Digitalización?



# ¿Qué no es la Transformación Digital?

La tecnología no es Transformación Digital

es un medio para conseguir los objetivos fijados en nuestro Plan Estratégico

Nuestra presencia en Redes Sociales, nuestra visibilidad en Web y el uso digital de nuestra marca, tampoco es Transformación Digital.

es únicamente un instrumento para su consecución



# ¿Cuándo surge la verdadera Transformación Digital? Formas de crecer y cambiar

colocarse  
en la situación del usuario

nuevas necesidades  
de los usuarios

La organización  
se adapta



rompiendo con aquellas  
estructuras organizativas  
ya obsoletas

Introduciendo cambios profundos en la  
cultura, la forma de trabajar y de ver las  
cosas

“escuchando” y analizando lo que realmente  
quiere el usuario y su forma de usar la  
tecnología

# ¿Qué hacer para llevar a buen puerto nuestra Transformación Digital?



## ¿Qué hacer?

- Los usuarios disponen de cada vez un mejor acceso a la información y disponen de más opciones de elección, buscará la **comunicación bidireccional** para poder resolver sus dudas, comparar y realizar su selección.

## ¿Qué hacer?

- El usuario va a pasar a considerar el nuevo valor intrínseco de los servicios que le ofrezcamos, consiguiendo así una fidelidad que nos hemos de ganar con nuestras actuaciones, por lo que gran parte del **enfoque de la Transformación Digital**, ha de dirigir sus esfuerzos **en nuestros usuarios, presentes y futuros**.

Necesitamos un cambio



# 5 ÁREAS



# 21 COMPETENCIAS

Fuentes:  
Marco Común de Competencia Digital Docente v 2.0 (INTEF)  
DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding  
Digital Competence in Europe (Ferrari, 2013)



DESIGNED BY VECTOR OPEN STOCK  
designed by freepik.com





El 90% de los trabajos requiere algún tipo de competencias digitales, pero la mitad de los trabajadores europeos, o no tienen o su nivel de competencias es bajo.

# Y entonces?



**Nuestro Objetivo**  
Ofrecer al usuario una mejor experiencia y sobre todo que sea consistente, pero con un mensaje adaptado a cada una de las necesidades.



**Comunicación**  
Dos elementos fundamentales en una comunicación omnicanal son la reputación y la marca.



**Nuevos formatos**  
Los usuarios cada vez son más reacios a leer grandes cantidades de información,. Necesitamos: información encapsulada, mensajes en pequeñas píldoras informativas, incluir formatos audiovisuales



**Análisis de datos**  
Los datos de mercado y de nuestros usuarios, nos permitirán prever dónde estará la demanda y así poder ofrecer nuevos servicios con valor añadido que fidelice a nuestros usuarios y atraiga nuevos.

Gracias!!  
fjavier.munoz@unican.es