

JORNADA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN VENTAS

CLAVES PARA **POTENCIAR** LAS VENTAS DIGITALMENTE





JORNADA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN VENTAS

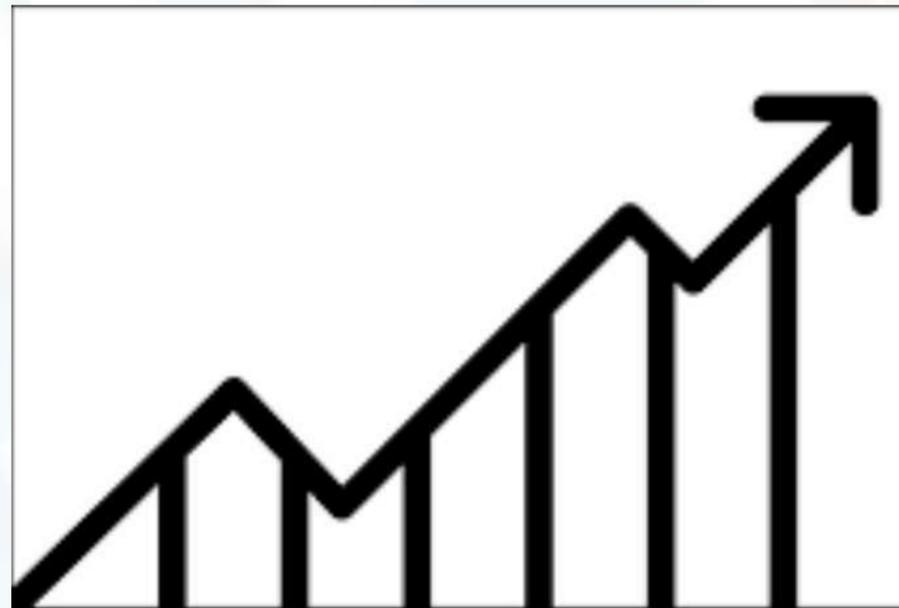
CLAVES PARA **POTENCIAR** LAS VENTAS DIGITALMENTE

PONENTE:

Alfonso Alberca Díaz



LA PUBLICIDAD EN INTERNET





VENTAJAS DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

- Permite dar a conocer nuestra marca, empresa o producto a prácticamente todo el mundo, a todas horas y en cualquier día del año.
- Inversión reducida.
- Fácil de crear.
- Permite la medición exhaustiva de los resultados.
- Gran flexibilidad.



VENTAJAS DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

- FACEBOOK ADS
- GOOGLE ADS





TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS



Para la creación de Google ADS lo primero que debemos saber es a que vamos a dirigir la campaña, en este caso la vamos a dirigir a ventas, pero Google nos proporciona una gran variedad de opciones



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Una vez sepamos el objetivo, debemos elegir la forma en la que queremos que se muestren los anuncios.

Selecciona un tipo de campaña ?

Búsqueda



Llega a los clientes interesados en tu producto o servicio con anuncios de texto

Display



Publica diferentes tipos de anuncios en la Web

Shopping



Promociona tus productos con anuncios de shopping

Vídeo



Llega a los espectadores de YouTube y capta su interés en toda la Web

Smart



Consigue tus objetivos de negocio con anuncios automáticos en Google y en toda la Web

Discovery



Publica anuncios en YouTube, Gmail, Discover y muchos sitios más



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Campaña de búsqueda

Las campañas de red de búsqueda son las campañas que a través de una serie de palabras clave que indiquemos al sistema mostrará nuestros anuncios en las páginas de Google

Anuncio · www.bmw.es/ ▼

[Consulta las Ofertas de BMW - Web oficial BMW - Garantía BMW](#)

Entra ahora en la web oficial de BMW y descubre las mejores promociones. Elige la oferta que mejor se adapte a ti y personaliza la cuota, ¡con la Garantía de BMW!

[BMW en Stock](#) · [Todas las Promociones](#)

Anuncio · www.carwow.es/ofertas/concesionarios ▼

[Ofertas De Coches Nuevos - Ahorra En Tu Nuevo Coche](#)

Ahorra En Tu Nuevo **Coche**. Compara Ofertas De Concesionarios Oficiales Cerca De Ti.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Para la creación de una campaña de búsqueda debemos seleccionar en que países, ciudades o provincias queremos que se muestren los anuncios, además del idioma que hablen.

Conecta con quien quieras llegar

Ubicaciones

Selecciona las ubicaciones geográficas a las que orientar la publicidad [?](#)

Todos los países y territorios

España

Introducir otra ubicación

[Opciones de ubicación](#)

Idiomas

Select the languages your customers speak.

Tus anuncios se muestran a clientes con estas preferencias de idioma o en sitios web con estos idiomas.

[Español](#)

Para mostrar anuncios a usuarios cuya preferencia de idioma sea el español, selecciona Español como idioma de las campañas y utiliza texto de anuncios y palabras clave en este idioma. [Más información](#)



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Google también nos permite delimitar aún mas la segmentación de la campaña y nos permite añadir audiencias, que no es más que seleccionar a usuarios que le gusten una serie de intereses.

Audiencias

Selecciona las audiencias que quieras añadir a tu campaña. Puedes crear audiencias en [Gestor de audiencias](#).

BÚSQUEDA **EXPLORAR**

coche

No hay nada seleccionado **BORRAR TODO**

Selecciona una o varias audiencias que quieras observar.

- Qué buscan habitualmente o qué están planificando (21)
- Audiencias con intención de compra **Sistemas de audio para coches**
- Audiencias con intención de compra **Vehículos alternativos e híbridos (segunda mano)**
- Audiencias con intención de compra **Vehículos todoterreno (nuevos)**
- Audiencias con intención de compra **Vehículos todoterreno (segunda mano)**
- Audiencias con intención de compra **Vehículos diésel (nuevos)**
- Audiencias con intención de compra **Todocaminos (nuevos)**

Configuración de segmentación por audiencia de esta campaña

- Segmentación**
Limita la cobertura de tu campaña a las audiencias seleccionadas (con opción a ajustar la pujas)
- Observación (recomendada)**
No limites la cobertura de tu campaña (con opción a ajustar las pujas por las audiencias seleccionadas)



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Una vez esté el país y la audiencia debemos ver que presupuesto vamos a invertir y a cuanto estamos dispuestos a pagar en la puja por el primer puesto en los anuncios.

Presupuesto Indica el importe medio que quieras invertir al día

€

No pagarás en un mes más del presupuesto diario multiplicado por el promedio de días de un mes. Es posible que algunos días inviertas una cantidad inferior al presupuesto diario, y otros, hasta el doble. [Más información](#)

Puja ¿En qué quieres centrarte? ⓘ

Clics ▾

La métrica recomendada para tu campaña es **Conversiones**

Definir un límite de puja de coste por clic máximo

Límite de puja de CPC máximo ⓘ

€

⚠ Has decidido priorizar los clics con la estrategia de puja **Maximizar clics**, pero tu cuenta hace el seguimiento de las conversiones. Podrías obtener más conversiones si empiezas a priorizarlas.

[También puedes seleccionar una estrategia de puja directamente \(no se recomienda\)](#)



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Ya con todo esto listo, debemos pasar a añadir las palabras clave por la que queremos que nos encuentren y crear los anuncios que serán visibles en Google

Palabras clave

Describe lo que anuncias en este grupo de anuncios para encontrar palabras clave relevantes

 Introducir URL de página web relacionada

 **coche**  Añade productos o servicios

Las palabras clave son palabras o frases que se usan para relacionar los anuncios con los términos que buscan los usuarios

comprar coche
compra ventas coche
comprar bmw

Los tipos de concordancia ayudan a controlar qué búsquedas pueden activar tus anuncios

palabra clave = concordancia amplia "palabra clave" = concordancia de frase [palabra clave] = concordancia exacta
[Más información](#)



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Una vez tengamos las palabras clave para que nos encuentren, debemos crear el anuncio que es el que nos aparecerá en Google.

En este apartado podemos introducir la URL a que queremos que se dirija el anuncio así como los títulos y las descripciones del anuncio.

Nuevo anuncio de texto

URL final

Título 1

Título 2

Título 3

Ruta visible

www.example.com / Ruta 1 / Ruta 2

Descripción 1

Descripción 2

1 de 3 vistas previas

Es posible que en tu anuncio no siempre se incluya todo el texto o que el texto aparezca acortado en algunos formatos, pero también puedes especificar que un texto concreto aparezca siempre. [Más información](#)

FINALIZAR Y CREAR OTRO ANUNCIO GUARDAR CANCELAR



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Campaña de shopping

Para crear una campaña de shopping hay que realizar distintos pasos. En primer lugar hay que crear una cuenta “Merchant Center” en google for retails y vincularla con ADS.

Google for Retail

Información general Ventajas de Google Soluciones Recursos

Iniciar sesión Empezar

Merchant Center

Google Merchant Center te ayuda a incluir la información de tus productos y tu tienda en Google para ponerlos a disposición de los compradores. Esto quiere decir que, cuando los clientes hagan una búsqueda en una propiedad de Google, verán tus productos y tiendas. En el EEE y en Suiza, puedes usar Merchant Center con cualquier servicio de comparación de precios (CSS) con el que trabajes. [En esta página](#) encontrarás la lista de partners de CSS.

Empezar



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Una vez tengamos la cuenta de Google Merchant, el siguiente paso sería montar los productos que vamos a querer que se pongan en la campaña.

Para ello debemos crear un feed, que es la hoja de datos de donde Google coge la información de los productos.

Primary feeds
Merchant Center uses primary feeds to display your products on Google. Use primary feeds to upload your product data to Merchant Center using text (.txt) files, XML (.xml) files, Google Sheets, or the Google Content API for Shopping. [Learn more](#)

Feed name	Feed method	Last upload date	Country of sale	Content language	Products	Destination
Principal	Google Sheets Open	-	Spain	Spanish	0	Shopping ads Surfaces across Google

View products

Supplemental feeds
Use supplemental feeds as a secondary data source to provide additional attributes to your primary feeds, or to provide additional data that you want to use in Feed Rules.

[ADD SUPPLEMENTAL FEED](#)

Feed name	Feed type	Feed method	Last upload date	Used in
No results				

[Privacy Policy](#) • [Terms of Service](#) • [Program Policies](#)



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Para añadir un feed, tendremos que indicarle el idioma y el país de venta:

1 Basic information — 2 Name and input method — 3 Setup

Country of sale
Spain

Currency: EUR. If you provide prices in a currency different than the currency of the country of sale, you authorize Google to convert those prices on your behalf. [Learn more](#)

Language:
Select language

The country where the products included in your data feed are sold and will be shipped to. The items uploaded to a selected country of sale must meet the requirements for the country of sale you submit to, including the feed specifications and policies. [Learn more](#)

The language of the content in your feed. Each country of sale has accepted content languages.

CONTINUE CANCEL



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

El segundo paso sería que nombre le pondremos al feed y que tipo de feed elegiremos. En este caso vamos a usar las hoja de datos de Google.

Country: Spain Language: Spanish

Name your feed and choose an input method

Primary feed name
Productos

Choose how to set up your feed and connect your data to Merchant Center

- Google Sheets
You'll make updates to your product data in a Google Sheet, and they'll automatically be applied to your account. [Learn more](#)
- Scheduled fetch
You'll host a file on your website that contains data and schedule a regular time for Google to fetch updates. Updates are only applied to your account when the fetch occurs. [Learn more](#)
- Upload
You'll keep a file on your computer that contains data and regularly upload it to your account through SFTP, FTP, Google Cloud Storage, or a manual upload. [Learn more](#)
- Website crawl
Google will crawl your website to upload your product data using structured data annotations or advanced data extractions. [Learn more](#)
- Content API
The Content API for Shopping enables you to automatically upload product listings and so make your products easily discoverable through Shopping ads. [Learn more](#)

Choose a descriptive name that helps you understand the content of the feed. The feed name does not need to match the name of the actual file you're submitting.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Y por último antes de meter los productos debemos elegir el tipo de hoja de datos, normalmente se usa la de por defecto de Google.

Country: Spain Language: Spanish Feed name: Productos Input method: Google Sheets 

Register a Google spreadsheet

Generate a new Google spreadsheet from a template

Select an existing Google spreadsheet

✓ [Create an upload schedule \(Optional\)](#)

What's next
After you click save, a pop up will appear to grant Merchant Center temporary permission to view and manage your spreadsheets and your documents. [Learn more](#)

CREATE FEED BACK



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

Ya estaría listo el feed para añadirle información.

Como se puede observar es como una simple hoja de cálculo, donde iremos introduciendo los datos en cada columna.

The image shows a screenshot of a Google Merchant Center feed spreadsheet. The spreadsheet is titled "Google Merchant Center feed - Productos" and is displayed in a web browser interface. The spreadsheet has a header row with the following columns: id, titulo, descripción, enlace, estado, precio, disponibilidad, enlace imagen, gtin, mpn, marca, and categoria en google product. The rows below the header are empty, indicating that no data has been entered yet.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	id	titulo	descripción	enlace	estado	precio	disponibilidad	enlace imagen	gtin	mpn	marca	categoria en google product	
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: GOOGLE ADS

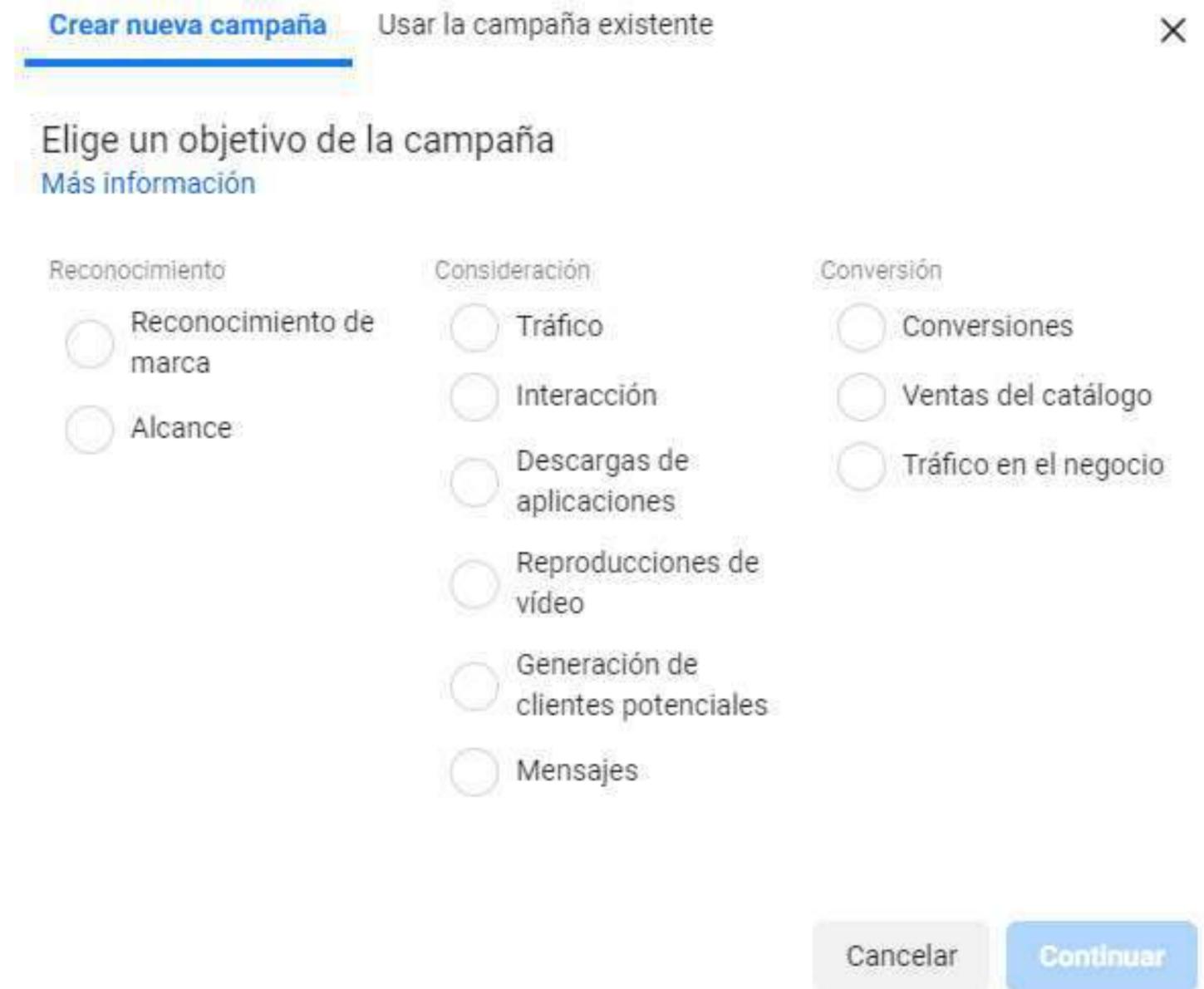
Ya con todos los datos introducidos tan solo quedaría montar la campaña en Google Ads, pero con la diferencia de que no debemos añadir palabras clave ni anuncios, ya que los coge Google de la información introducida en el Excel.

Tan solo tendríamos que indicarle el presupuesto de la campaña y la duración.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: FACEBOOK ADS

- Las campañas son fáciles de realizar siguiendo los pasos de creación que nos va marcando Facebook.
- Hay diferentes objetivos en función de lo que se desee:
 - Muchas visualizaciones
 - Crecimiento en la propia red social
 - Llevar tráfico a mi web
 - Conversiones



Crear nueva campaña Usar la campaña existente

Elige un objetivo de la campaña
[Más información](#)

Reconocimiento	Consideración	Conversión
<input type="radio"/> Reconocimiento de marca	<input type="radio"/> Tráfico	<input type="radio"/> Conversiones
<input type="radio"/> Alcance	<input type="radio"/> Interacción	<input type="radio"/> Ventas del catálogo
	<input type="radio"/> Descargas de aplicaciones	<input type="radio"/> Tráfico en el negocio
	<input type="radio"/> Reproducciones de vídeo	
	<input type="radio"/> Generación de clientes potenciales	
	<input type="radio"/> Mensajes	

Cancelar Continuar



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: FACEBOOK ADS

- Las campañas permiten una gran segmentación: demográfica, por edad, sexo, gustos e intereses, por estudios... etc

Audiencia

[Crear audiencia](#) [Usar audiencia guardada ▼](#)

Audiencias personalizadas [Crear ▼](#)

Q Busca audiencias existentes

Excluir

Lugares
Lugar:
• España

Edad
18 - 65+

Sexo
Todos los géneros

Segmentación detallada
Todos los datos demográficos, intereses y comportamientos

Idiomas
Todos los idiomas

[Mostrar más opciones ▼](#)

Guardar esta audiencia



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: FACEBOOK ADS

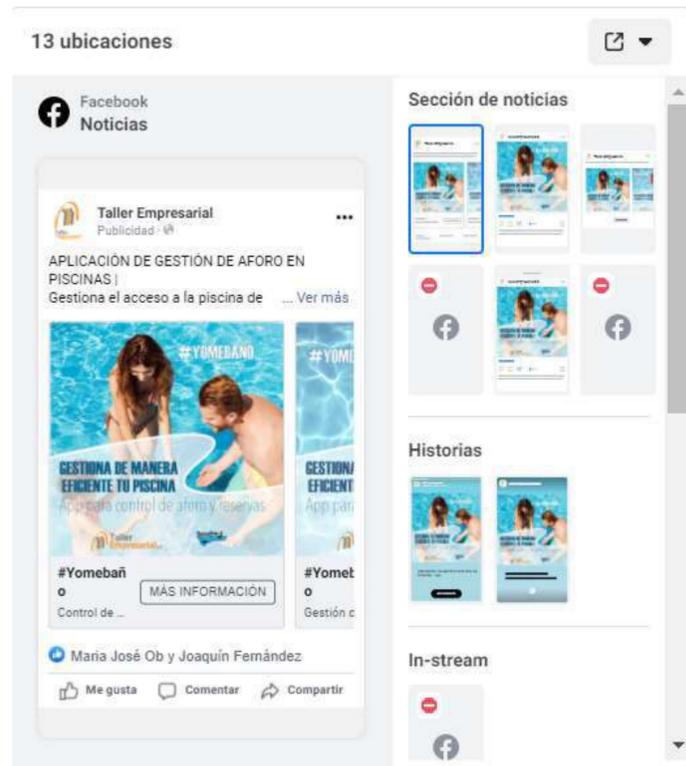
	WEBINAR CECO-noviembre	● Completado	Menor coste	10,00 €	26 943	26 943	27 793	0,37 €	10,00 €	10 nov 2020
	Ver gráficos	Editar	Duplicar	Conjunto de a...	Alcance			Por 1000 person...		

- Seguimiento de la campaña en tiempo real y modificación de la misma.
- Además permite duplicar campañas, guardar segmentaciones de público para utilizarlas posteriormente, utilizar varias imágenes en una misma campaña.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: FACEBOOK ADS

- Las campañas son muy visuales. Además Facebook ha incorporado un editor para realizar campañas de forma sencilla realizando mini vídeos.





TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: FACEBOOK ADS

- Ofrece informes de estadísticas muy detallados. Campaña para periódico local.





TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: FACEBOOK ADS

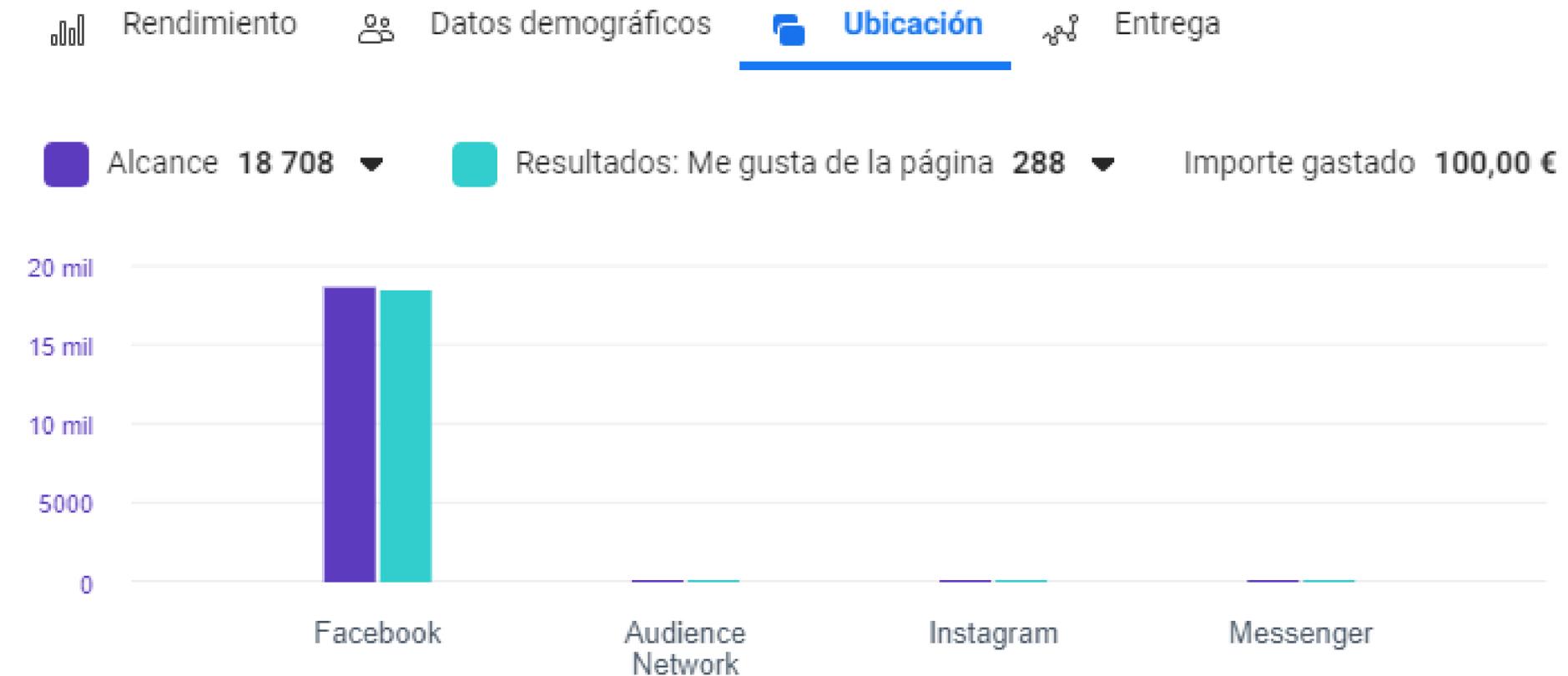
- Ofrece informes de estadísticas muy detallados. Campaña para periódico local.





TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS: FACEBOOK ADS

- Ofrece informes de estadísticas muy detallados. Campaña para periódico local.



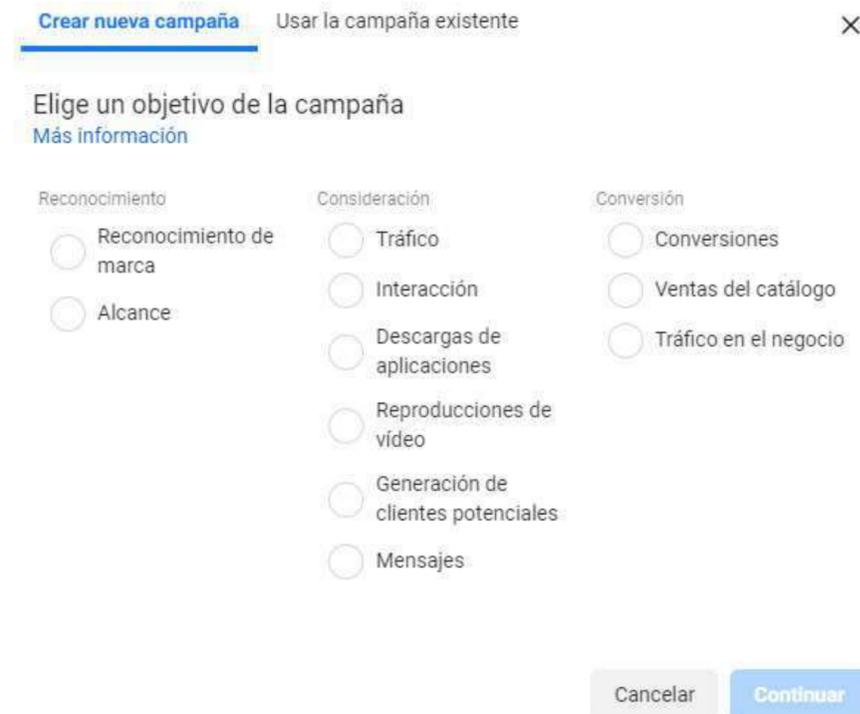
* Es posible que veas unos resultados de entrega bajos para la ubicación de Facebook Stories hasta que estos anuncios estén disponibles para todas las personas que usan las historias de Facebook. Para unos resultados más precisos, usa la opción de coste por resultado.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS VENTAS

FACEBOOK ADS

- Las campañas son fáciles de realizar siguiendo los pasos de creación que nos va marcando Facebook.
- Hay diferentes objetivos en función de lo que se desee:
 - Muchas visualizaciones
 - Crecimiento en la propia red social
 - Llevar tráfico a mi web
 - Conversiones



Crear nueva campaña Usar la campaña existente ×

Elige un objetivo de la campaña
[Más información](#)

Reconocimiento	Consideración	Conversión
<input type="radio"/> Reconocimiento de marca	<input type="radio"/> Tráfico	<input type="radio"/> Conversiones
<input type="radio"/> Alcance	<input type="radio"/> Interacción	<input type="radio"/> Ventas del catálogo
	<input type="radio"/> Descargas de aplicaciones	<input type="radio"/> Tráfico en el negocio
	<input type="radio"/> Reproducciones de vídeo	
	<input type="radio"/> Generación de clientes potenciales	
	<input type="radio"/> Mensajes	

Cancelar Continuar

HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA



HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA





HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: PUBLICIDAD

Google Ads

Servicio utilizado para crear anuncios a partir de palabras clave relacionadas con tu empresa.

Permite obtener datos exactos de los usuarios en el buscador, a segmentar, y te sugiere palabras clave a utilizar

ZAPATILLAS DEPORTE

Todo Shopping Imágenes Maps Noticias Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 65.000.000 resultados (0,62 segundos)

Anuncio · www.sprintersports.com/ ▾
[Zapatillas deportivas: novedad - Devoluciones hasta el 15 enero](#)
Hazte ya con tus nuevas **zapatillas deportivas**. Últimas novedades. ¡Descubrelas ahora!
Paga tus compras cómodamente en hasta 4 cuotas. Disponible en pedidos superiores a...

Colección Nike®
Lo último en zapas y ropa de Nike al mejor precio. ¡Sólo en Sprinter!

Nike® Zapatillas
Descubre las zapas Nike que están causando sensación. ¡Las tenemos!

Zapatillas adidas®
Las últimas novedades en zapas de adidas, ¡ya disponible en Sprinter!

Electrónica deporte -40%
Auriculares, pulsómetros, relojes y más con hasta -40%. ¡Hasta 15/11!

Anuncio · www.zalando.es/ ▾
[Zapatillas deportivas online - Encuentra tu estilo favorito](#)
Zapatillas deportivas en Zalando, descubre lo nuevo de **Deporte**. Envío exprés.

Anuncio · www.amazon.es/ ▾
[Zapatillas Deporte en Amazon - Compra Zapatos a precios bajos](#)
Envío gratis con Amazon Prime



HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: PUBLICIDAD

Google My bussines

Facilita la presencia de tu empresa en los resultados de Google.

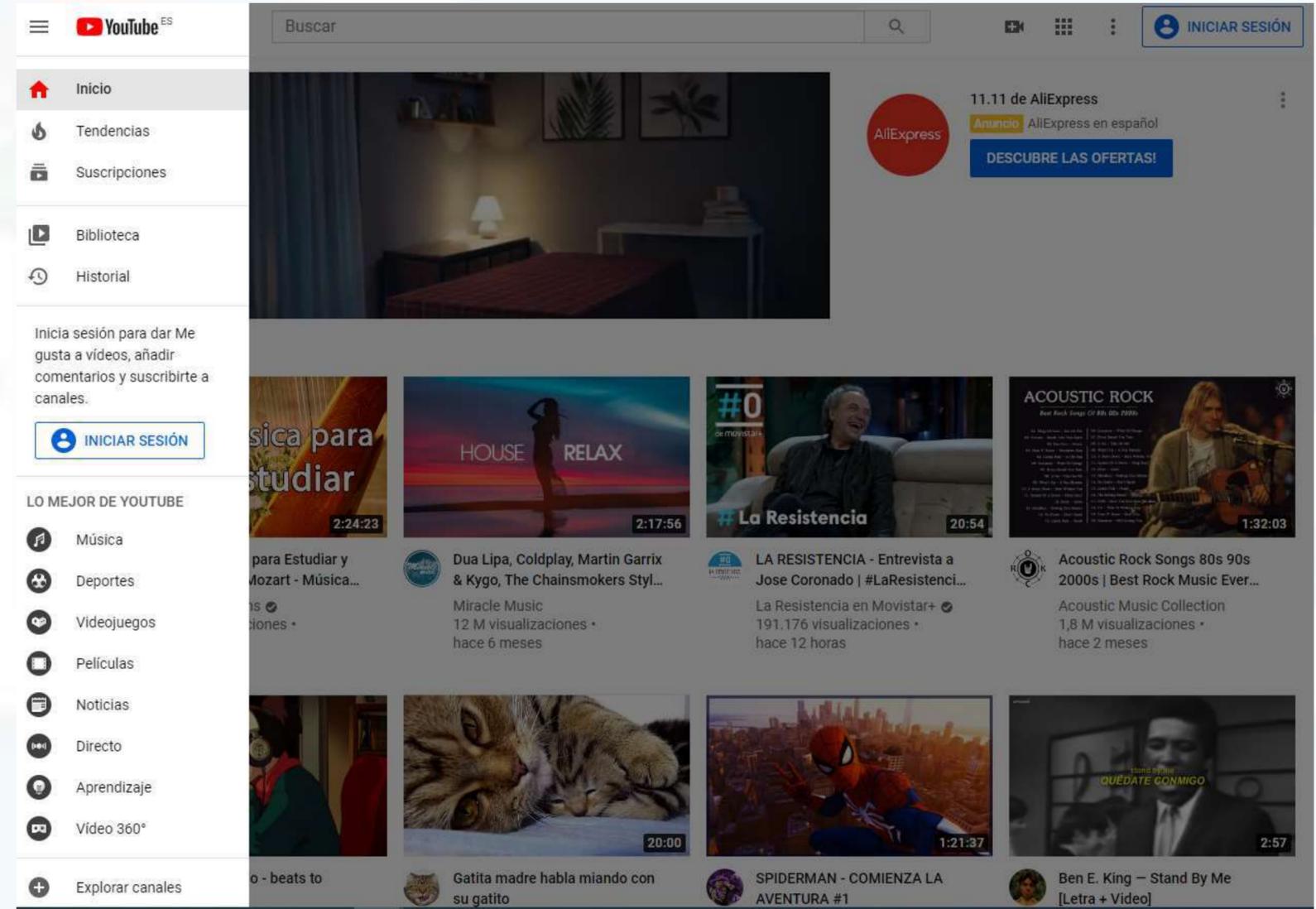
The screenshot shows a Google My Business listing for 'Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO)'. At the top, there are two images: a building with the CECO logo and a map showing the location in 'HUERVA DE LA REINA'. Below the images, the business name is displayed, followed by buttons for 'Sitio web', 'Cómo llegar', 'Guardar', and 'Llamar'. The listing has a 4.3-star rating from 95 Google reviews and is categorized as 'Asociación u organización'. It provides the address 'Dirección: Jardín Virgen de la Estrella, 1, 14006 Córdoba', the status 'Horario: Cerrado · Abre a las 8:00', and the phone number 'Teléfono: 957 47 84 43'. There are also links for 'Sugerir un cambio' and '¿Eres el propietario de esta empresa?'. The 'Preguntas y respuestas' section shows one question, and the 'Reseñas de la Web' section shows a rating of 8.6/10 from Emagister with 16 reviews.



HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: VIDEOS

Youtube

Permite subir y compartir tus vídeos en internet, no solo con los usuarios de la propia plataforma sino de forma destacada en los servicios de Google.



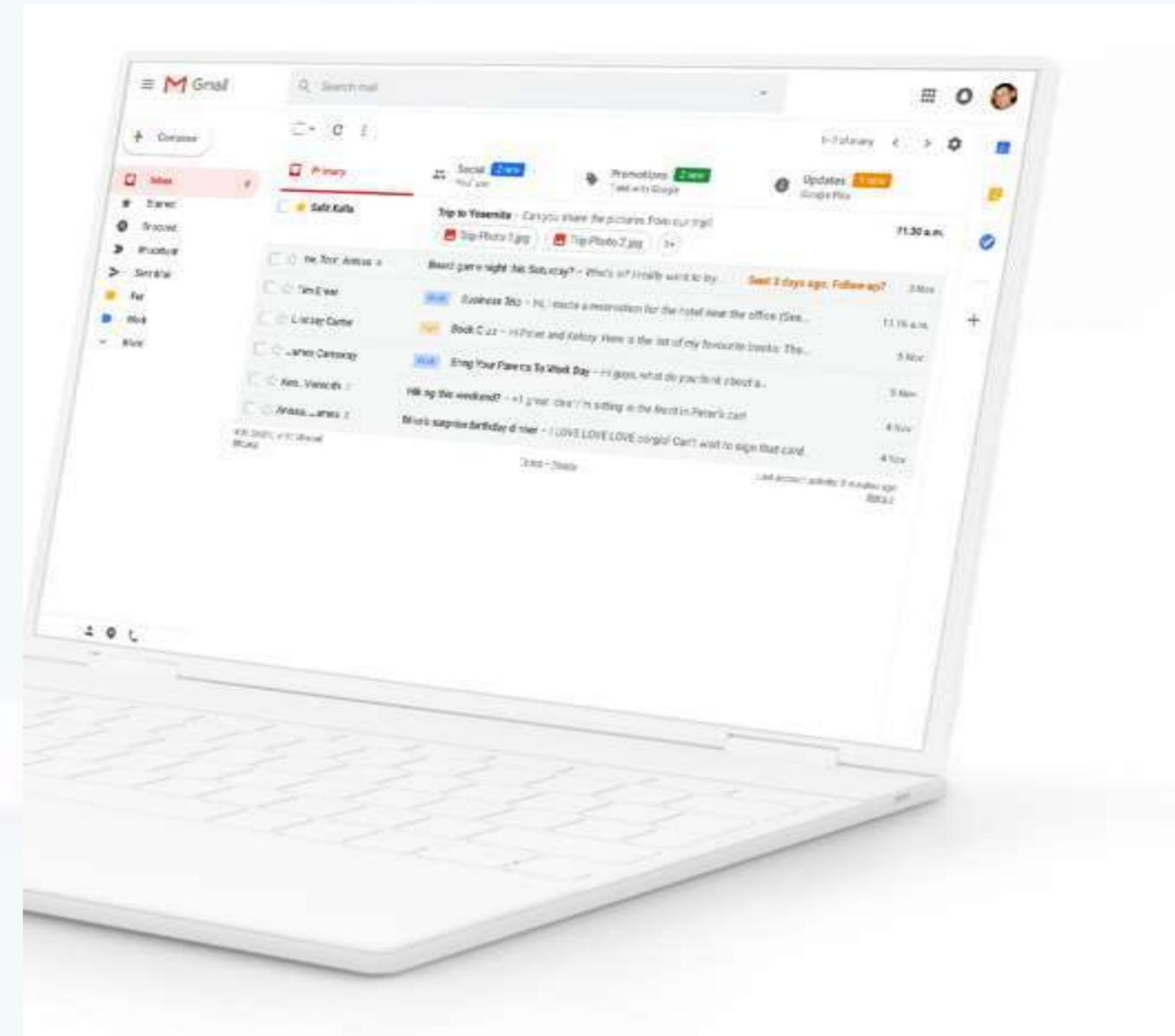


HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: COMUNICACIÓN

Gmail

Gestor de correos electrónicos que te permite crearlos, gestionarlos y mejorar la productividad de tus emails de forma rápida, fácil, inteligente y casi ilimitada.

Permite su uso desde cualquier dispositivo. La versión para empresas no muestra publicidad y ofrece un servicio personalizado de almacenamiento para conectar tu correo profesional con tu sitio web.

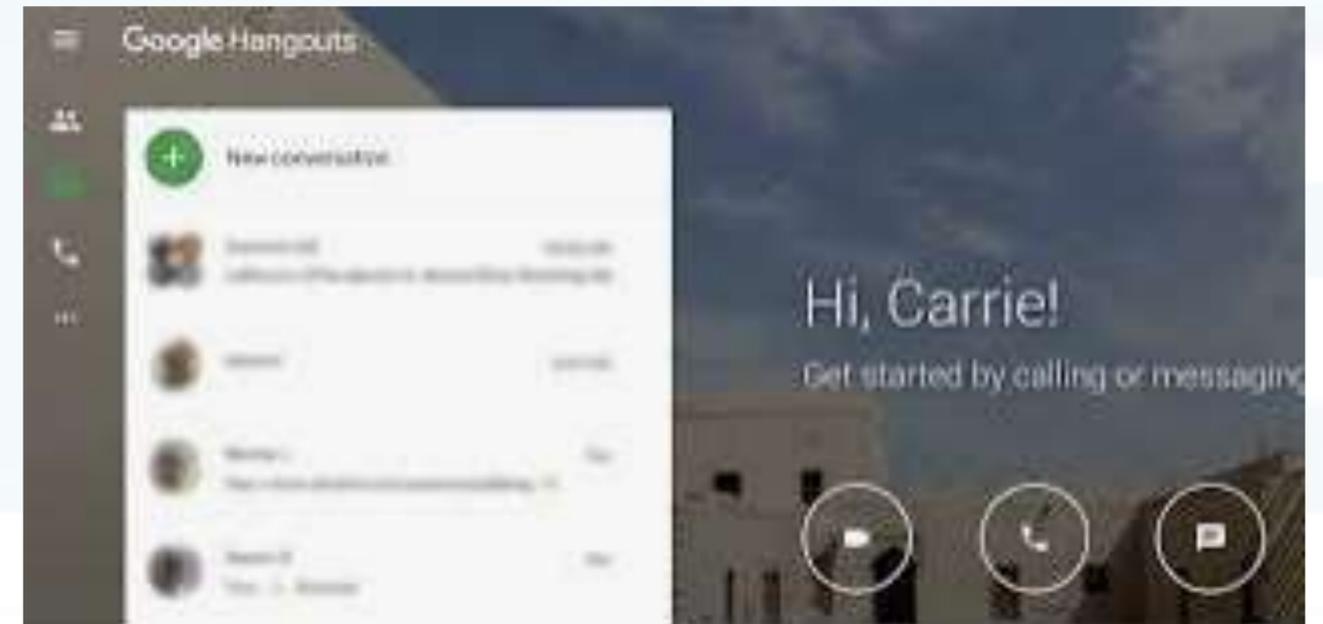




HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: COMUNICACIÓN

HANGOUTS

Herramienta que permite hacer videollamadas y reuniones grupales, con posibilidad de compartir pantalla.

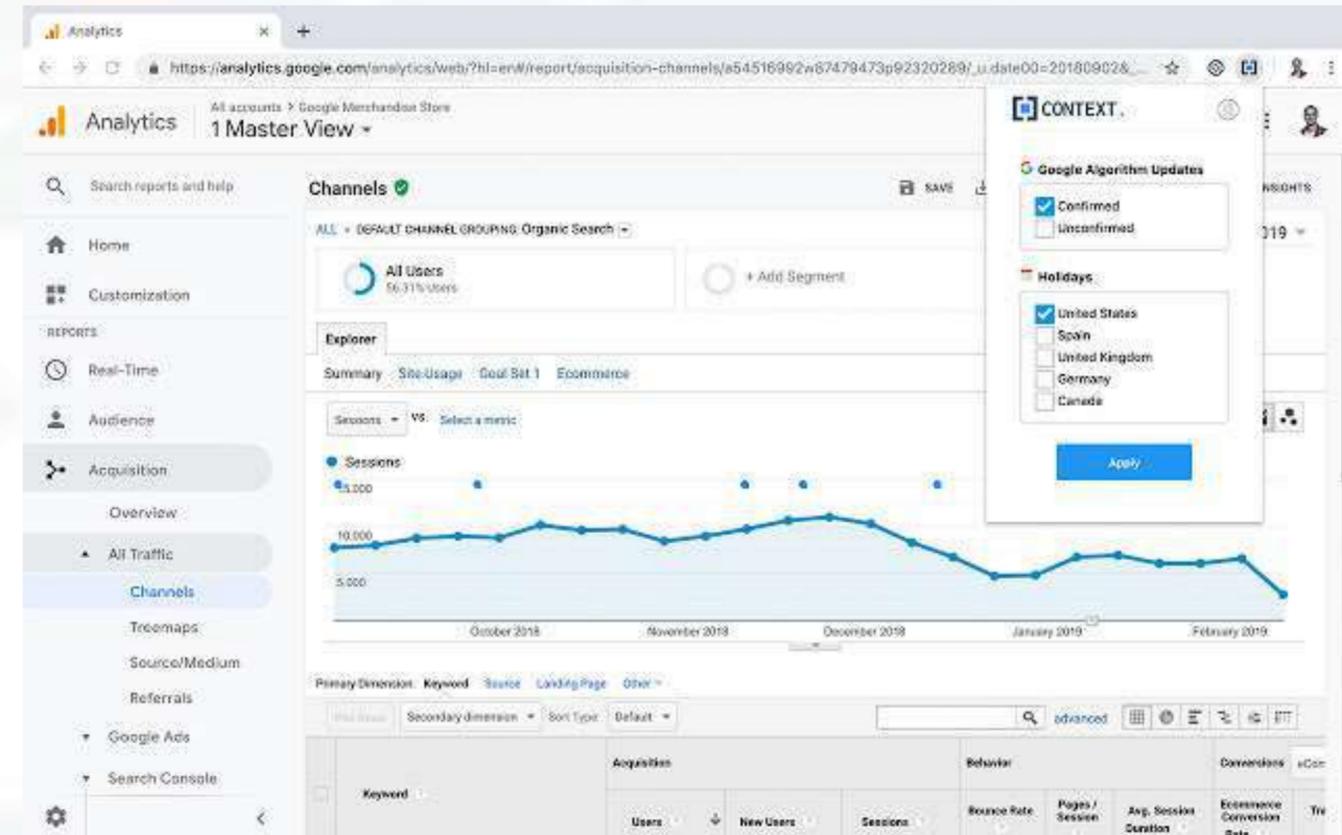




HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: ANÁLISIS

Google Analytics:

A través de esta herramienta puedes medir el tráfico a tu sitio web. Puedes ver el tiempo de visita de cada usuario, el perfil de estos, desde dónde accedieron, etc.

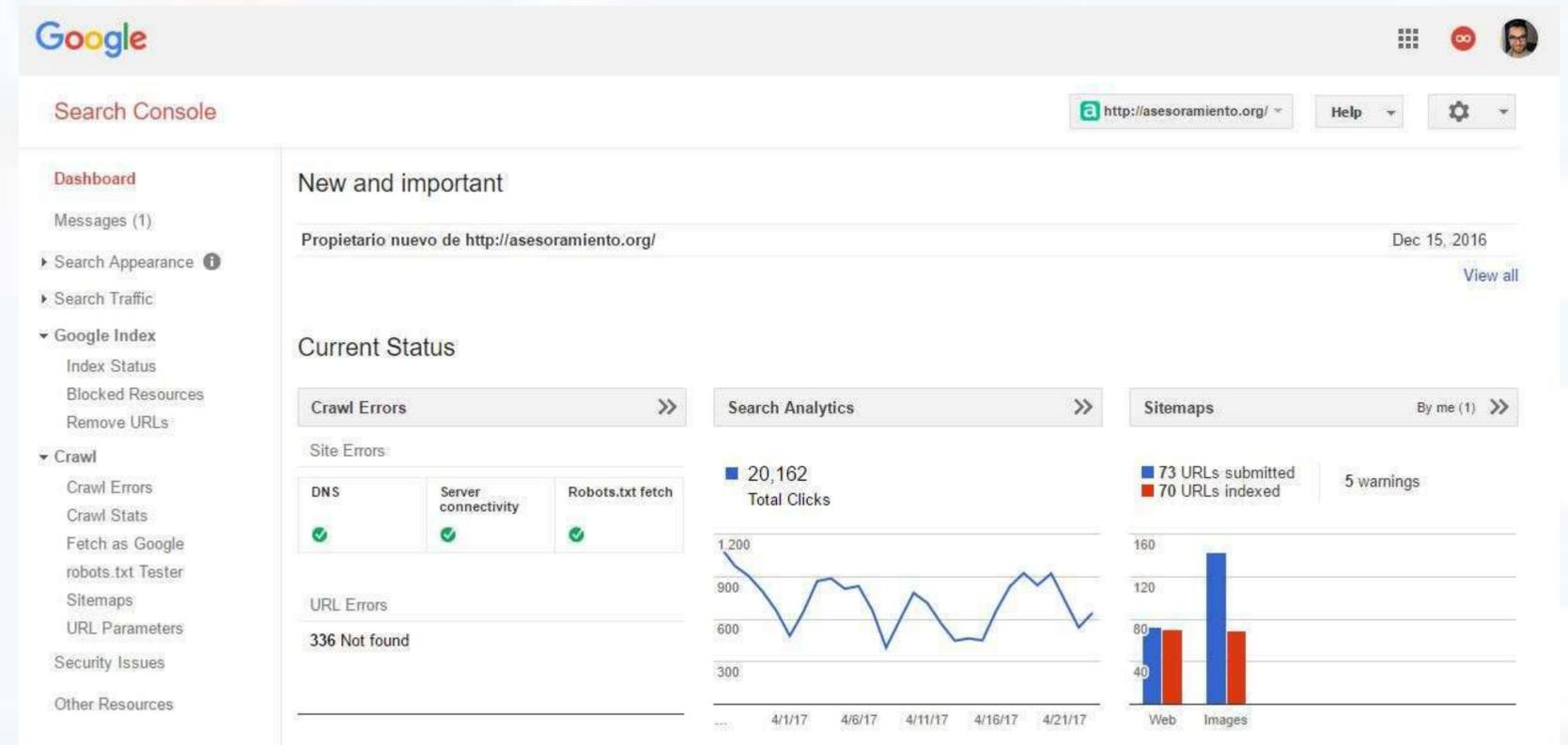




HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: ANÁLISIS

Google Search console:

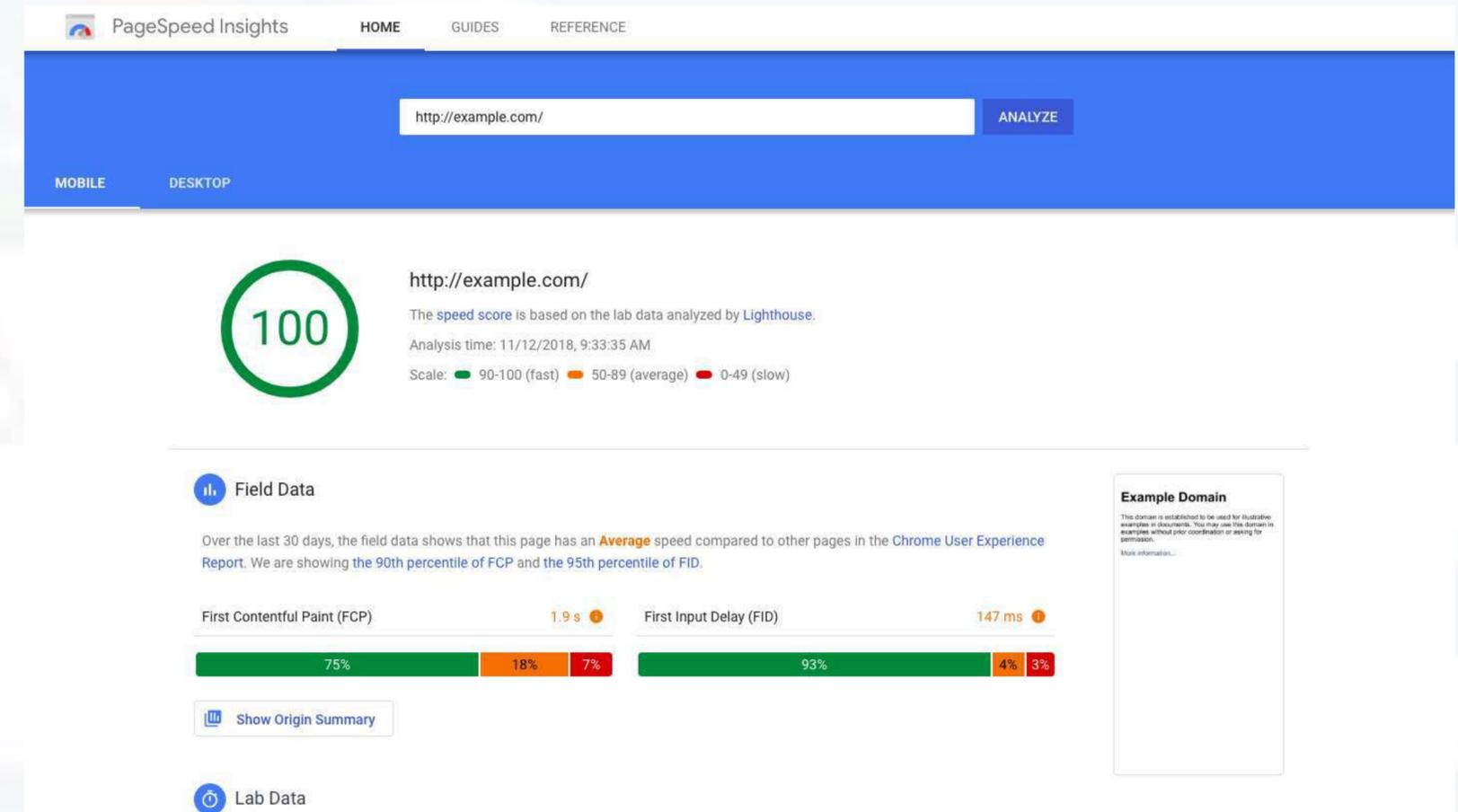
Permite a los creadores de páginas web comprobar el estado de indexación de sus sitios web en el buscador, y poder así optimizar su visibilidad.





HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: ANÁLISIS

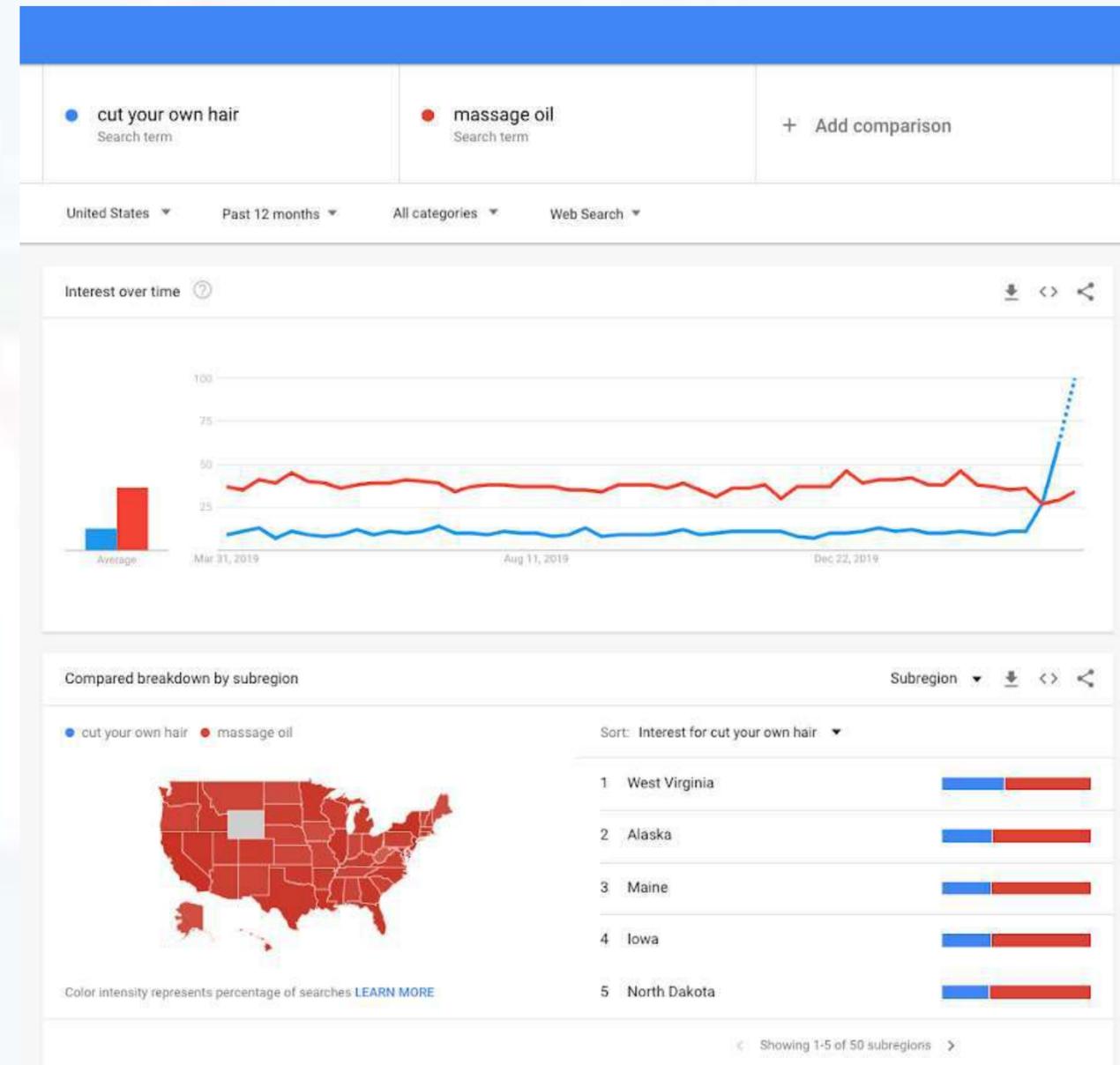
Google page Speeds:
Herramienta usada para ayudar a optimizar el rendimiento de un sitio web





HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: ANÁLISIS

Google Trends:
Permite explorar la popularidad a lo largo del tiempo de una palabra clave y compararla con otra. Puedes filtrar por palabra, categorías, tipo de búsqueda,...





HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: ANÁLISIS

Google Alerts:

Permite configurar alarmas de forma fácil y rápida respecto a una palabra clave que elijas.

Te llegará un email cada vez que en alguna publicación online mencionen esa palabra clave.

The screenshot shows the Google Alerts configuration page for the keyword "Xataka". The interface is in Spanish and includes the following settings:

- Frecuencia:** Como máximo, una vez al día
- Fuentes:** Automático
- Idioma:** español
- Región:** Todas las regiones
- Cantidad:** Solo los mejores resultados



HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: TRABAJO COMPARTIDO, ORGANIZACIÓN

Google Drive:

Permite almacenar ficheros en la nube y acceder a ellos desde cualquier dispositivo. Se puede compartir con los compañeros.



Google Drive





HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: TRABAJO COMPARTIDO, ORGANIZACIÓN

Google docs:

Gestor donde se pueden crear documentos de texto para trabajar simultáneamente con otras personas.

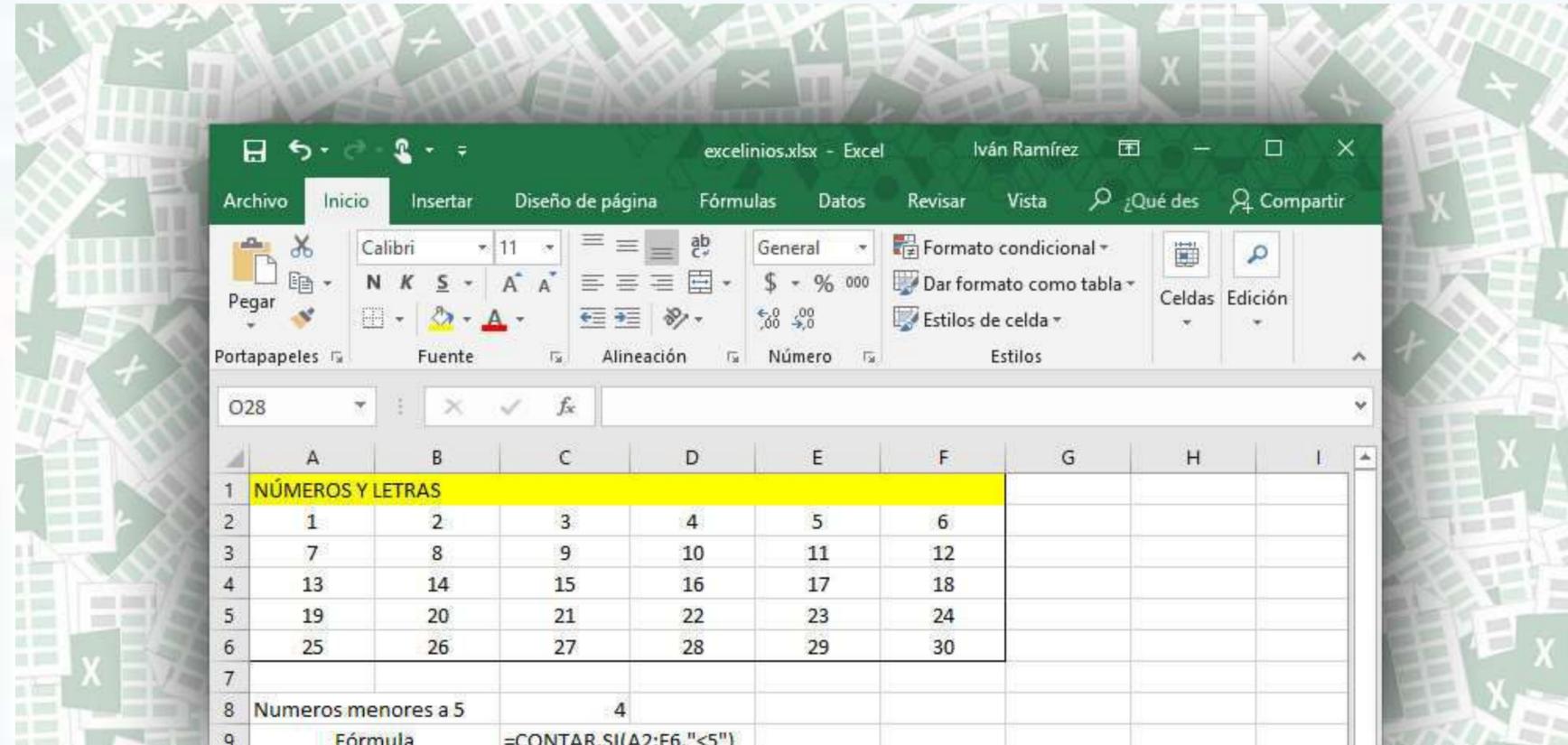




HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: TRABAJO COMPARTIDO, ORGANIZACIÓN

Google Sheets:

Herramienta para la creación de hojas de cálculo preparadas para trabajar en la nube y en equipo.





HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: TRABAJO COMPARTIDO, ORGANIZACIÓN

Google Forms:

Permite hacer encuestas de satisfacción a los clientes para saber su opinión y proponer distintas mejoras a tus servicios o productos. También permite hacer breves encuestas sobre un producto en concreto, entrevistar clientes, conocer la opinión de tus empleados, etc.

Formulario Basics

Formulario sencillo de pruebas

El nombre y la foto asociados a tu cuenta de Google se registrarán cuando subas archivos y envíes este formulario. ¿No es tuya la dirección yubal.tec@gmail.com? [Cambiar de cuenta](#)

¿Te gusta Xataka Basics?

Sí

No

¿Cuánto te gusta Xataka Basics?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



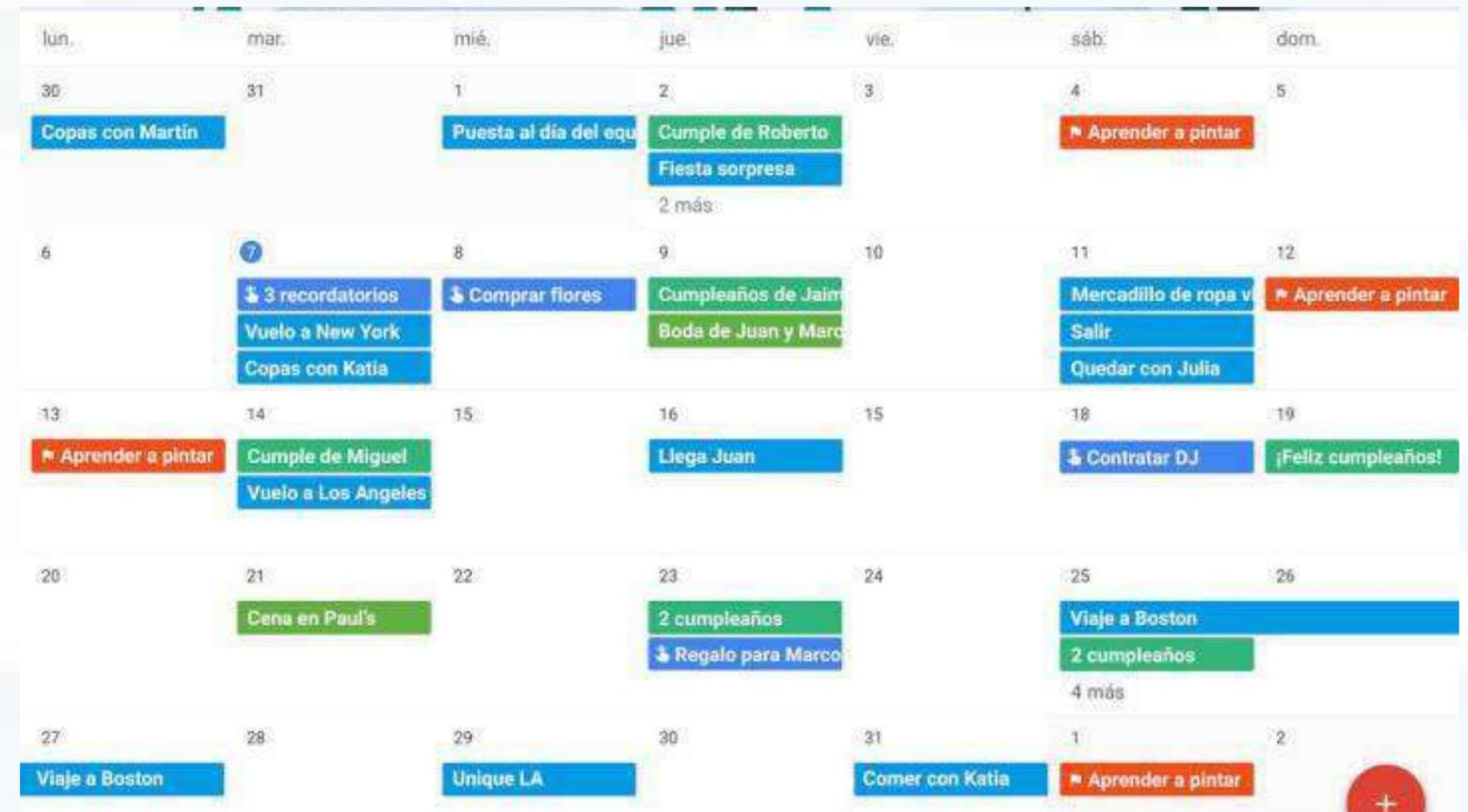
HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: TRABAJO COMPARTIDO, ORGANIZACIÓN

Google Calendar:

Calendario digital donde anotar las reuniones, actividades y eventos a los que asistir, para que el móvil nos emita un aviso en forma de recordatorio o alerta.

Se puede compartir con tu equipo de trabajo.

Permite varios calendarios





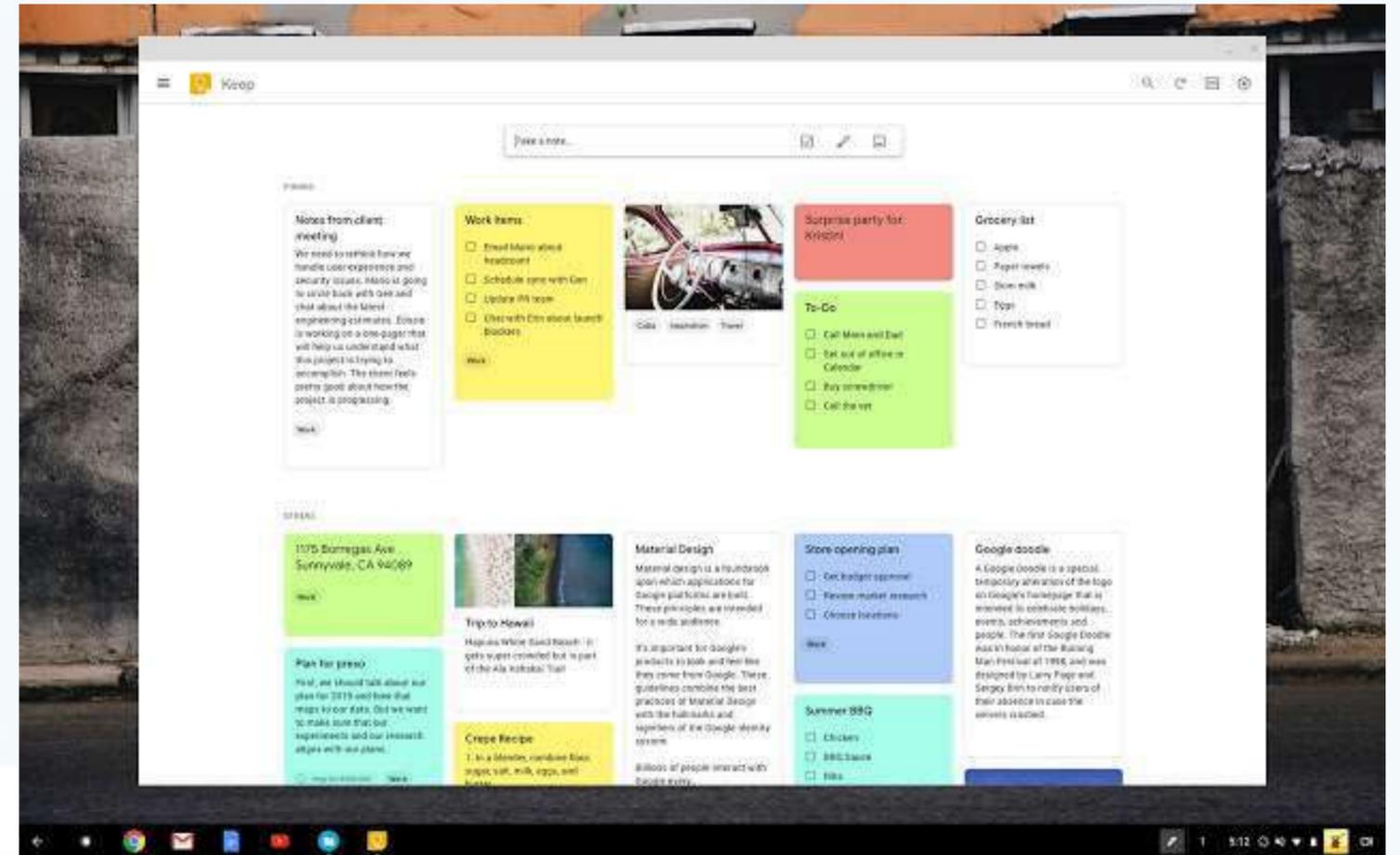
HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA LA EMPRESA: TRABAJO COMPARTIDO, ORGANIZACIÓN

Google Keep:

Permite guardar notas en formato texto o audio, en las que además puedes añadir imágenes y establecer recordatorios.

Hay app disponible. Se sincroniza.

Su mejor funcionalidad es la recordatorios geolocalizados.



ASPECTOS LEGALES EN INTERNET

PRINCIPALES ASPECTOS LEGALES ONLINE

- Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico de 11 de julio. LSSI o LSSICE
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

LSSI o LSSICE

Quedan regulados por esta ley desde un ecommerce hasta un blog pasando por servicios de hosting o buscadores web.

LSSI establece que tan solo será de aplicación a aquellos servicios que deberán ser prestados o gestionados por titulares ubicados en territorio español o que, están situados en la Unión Europea, se dirijan a una persona establecida en España.

ASPECTOS DESTACABLES DE LA LSSI o LSSICE

- **Aviso legal.**
- **La responsabilidad por los comentarios web.**
- **La regulación de las comunicaciones electrónicas y el spam**

AVISO LEGAL: CÓMO REDACTARLO

El artículo 10 de la LSSI:
Debe disponer de forma **permanente, fácil, directa y gratuita:**

Datos identificativos
del titular de la web, o,
en su caso,
representante legal.

Si la actividad desarrollada
por la WEB precisa de
alguna **autorización
administrativa previa**

Si se ejerce una **actividad profesional regulada**, deben consignarse los datos del colegio profesional, nº de colegiado, título académico y estado de la Unión Europea dónde se consiguió, así como los estatutos profesionales o el código deontológico

Información clara
sobre el **precio** del
producto, los
impuestos y los
gastos de envío.

Si estuviese
adherido, el **código
de conducta** que
rige su actividad.

LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES LEGALES CLAVE EN UNA TIENDA ONLINE

- ¿Qué sucede cuando después el usuario tiene un problema con su producto?
- ¿Qué sucede cuando no recibe lo que esperaba o el producto no se parece a lo que había solicitado?
 - ¿Qué sucede cuando se produce una demora en la entrega?
- ¿Tiene derecho a reclamar alguna cosa o devolver el producto?
 - ¿Quién acarrea con los gastos?
- ¿Qué sucede si recibo el producto pero es defectuoso?
- ¿Qué es el **derecho al desistimiento** y cuándo aplica?

LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES LEGALES CLAVE EN UNA TIENDA ONLINE

El **derecho al desistimiento** es la posibilidad que tiene todo usuario o consumidor respecto de la adquisición o **compra online** que ha efectuado de, propiamente, desistir de la misma, es decir, de renunciar a ella.

Este **derecho no necesita justificación** y se concede de entrada por lo dispuesto en la normativa de **defensa de consumidores y usuarios**.

EL DERECHO DE DESISTIMIENTO: FACTORES

Artículo 103 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que regula la normativa esencial de **consumidores y usuarios**

1. Es un derecho que solo se tiene por un plazo de **catorce días naturales** desde la formalización de la compra o contrato
2. Para que sea válido ese derecho, **debe haberse informado** previamente por el vendedor o prestador sobre la posibilidad de su ejercicio (o no). Porque no todas las compras o contrataciones online conllevan de manera inherente un derecho a desistir
3. Para que sea válido el desistimiento, **el usuario debe notificar mediante declaración inequívoca** esta intención, dirigida al empresario al que adquirió el producto o servicio.
4. Como decíamos antes, no todos los servicios o compras, conllevan o permiten el **derecho al desistimiento**. Está expresamente excluido por ley, el desistimiento en estos casos:
 - (i) Cuando la ejecución del servicio contratado ya haya comenzado, por ejemplo;
 - (ii) cuando el suministro de bienes o servicios depende de fluctuaciones del mercado;
 - (iii) en el caso de suministro de bienes que puedan caducarse o deteriorarse con rapidez (por ejemplo, compra de alimentos);
 - (iv) bienes o servicios claramente personalizados... entre otros supuestos.

SANCIONES

Según lo dispuesto en la **LSSI en su artículo 39**, todos los titulares de **páginas web** y **ecommerce** están obligados a cumplir con las obligaciones de su articulado bajo amenaza de multas que pueden llegar a cuantías de entre 30.000€ a 600.000€.



PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

[Reglamento \(UE\) 2016/679, General de Protección de Datos \(RGPD\).](#)

[Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales.](#)

OBLIGACIONES

Con las empresas que tenemos una relación jurídica y les pasamos datos personales (los encargados de tratamiento) hay que asegurarse que cumplen con el RGPD y tener **firmados los contratos** correspondientes

Una vez **finalizado** el tratamiento el encargado del tratamiento debe, a elección del responsable, **devolver o suprimir los datos** personales, salvo que haya alguna Ley que le obligue a conservarlos.

OBLIGACIONES

- Medidas de seguridad de los datos
- Notificar violaciones de seguridad
- Sanciones por incumplir el RGPD

LA AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS (AEPD) HA PUESTO EN MARCHA NUEVAS MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO PARA EL **USO DE COOKIES**.

¿QUÉ SON LAS COOKIES Y CUÁL ES SU FUNCIÓN?

- Las cookies son **pequeños archivos en formato texto que envían los sitios web y son almacenados** en el navegador del usuario con distintos fines.
- Estos archivos pueden almacenar datos muy variados respecto a la visita de un usuario a una página, como ajustes de idioma, información de acceso o autenticación. Gracias a este tipo de cookies el usuario puede evitar repetir acciones que ya ha realizado con anterioridad en su primera visita.
- Hay otra clase de cookies que registran determinados hábitos de navegación **con el objetivo de, por ejemplo, personalizar la publicidad** en los navegadores.

LA LEY DE COOKIES EUROPEA ACTUAL

La Unión Europea proporciona una **mayor protección de los usuarios y sus datos personales en Internet** y establece una diferencia clara respecto a aquellas cookies que son técnicamente necesarias y aquellas que no lo son:

1.Cookies técnicamente necesarias: aquellas cookies que son imprescindibles para el funcionamiento de una web. Por ejemplo, las cookies de sesión.

2.Cookies técnicamente no necesarias: estas cookies recogen otro tipo de datos respecto a las mencionadas, como por ejemplo las cookies de seguimiento, de segmentación, análisis o de redes sociales.

Según la ley de cookies actual, las cookies técnicamente necesarias pueden establecerse desde el inicio, **sin el consentimiento previo del usuario.**

En cambio, sí es necesario el consentimiento previo para las del segundo grupo.

¿QUÉ NOVEDADES RESPECTO LA LEY DE COOKIES HABRÁ QUE APLICAR A PARTIR DE AHORA?

Las empresas **deberán identificar el tipo de cookies que se están utilizando** y analizar si son propias o de terceros, qué tipo de duración tienen y confirmar que no se encuentran en el ámbito de aplicación de las Cookies sin consentimiento.

El **usuario deberá ser informado** sobre qué tipo de cookies van a utilizarse en la web, su finalidad y duración.

Además, si el sitio web de la empresa no dispone de un sistema que permita rechazar las cookies que requieren consentimiento, hay que informarle sobre el procedimiento para su eliminación desde su navegador.

¿CÓMO DEBE SER AHORA EL AVISO DE LA POLÍTICA DE COOKIES?

El *banner* o *pop up* de información sobre cookies deberá ofrecer al menos 2 opciones, sino 3:

- **“Rechazar Cookies”** (o “Rechazar todas las cookies menos las absolutamente necesarias”).
- **“Aceptar Cookies”** y/o **“Configurar Cookies”**.

Esto permitirá al usuario seleccionar las cookies que se usarán durante su visita. Este aviso debe mostrarse traducido a todos los idiomas que ofrezca el sitio web. Una vez haya aceptado el aviso de cookies, podrá navegar sin que este vuelva a aparecer.

Dicho esto, solamente recordar que **las cookies no pueden activarse en una página web hasta que el usuario no lo consienta** y todas las políticas y/o notas legales deben estar fácilmente accesibles desde cualquier pestaña.

¿QUÉ SUCEDE SI NO ADAPTO MI WEB A LOS CAMBIOS NORMATIVOS IMPUESTOS POR LA AEPD?

El incumplimiento de la normativa relativa al uso de cookies podría suponer **sanciones** por parte de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).

La cuantía de estas sanciones variará en función de la gravedad de la infracción:

- **Infracciones muy graves:** entre 150.001 y 600.000 euros
- **Infracciones graves:** entre 30.001 y 150.000 euros
- **Infracciones leves:** hasta 30.000 euros.

¿SON VÁLIDOS LOS CONTRATOS POR INTERNET?

CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN Y/O VENTA

- El aviso legal debe ser accesible y visible para el usuario
- Información muy clara y detallada de los precios de compra.
- Descripción muy clara y detallada del proceso de compra
- Obligaciones del comprador y del vendedor.
- Condiciones de la compra (plazos, entrega, forma de pago...)
- Soluciones para posibles incidencias en la entrega del bien o en la prestación del servicio.

VALIDEZ

LSSI en su artículo 23

«cualquier contrato es válido cuando concurren el objeto, la causa y el consentimiento y se rigen por El Código Civil, de Comercio y el resto de normas de aplicación aplicables al tráfico comercial»

- Confirmación al usuario de la realización de la compra o de la contratación del servicio.