

Muchas gracias por tu interés en esta actividad, empezaremos en unos instantes

Recuerda apagar tu cámara y silenciar tu micrófono.

Durante la sesión para cualquier pregunta puedes usar el chat interno de la plataforma o bien preguntarnos activando tu micrófono.

La sesión será grabada y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto Digicom; puedes abandonarla en cualquier momento.

Correo para consultas **digicom@comercioasturias.com**

Web del proyecto **<https://comerciodigitalgijon.es>**



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

SEGUNDO SEMESTRE 2022



SEGUNDO SEMESTRE 2022

S6 (19-23 sept)	MARKETING DIGITAL INNOVADOR
S7 (26-30 sept)	MARKETING DE PRODUCTO
S8 (17-21 oct)	ANALÍTICA WEB
S9 (24-28 oct)	CIBERSEGURIDAD
S10 (14 nov)	LINKED-IN

MARKETING DIGITAL INNOVADOR

Semana 6 - 19 al 23 de septiembre

MARKETING DIGITAL INNOVADOR

LA COMUNICACIÓN ONLINE

IMAGEN

CANVA

EJERCICIOS

La importancia de la imagen en la comunicación online

- Muy rápidas de consumir
- Viralidad
- Contenidos más atractivos
- Ayuda en el posicionamiento SEO
- Crean **BRANDING** = Marca



Bancos de imágenes gratuitos



- FreePik



- Pexels



- Pixabay



- Unsplash

Bancos de imágenes de pago

- Istock



- Adobe Stock  Adobe Stock

- Getty Images **gettyimages**[®]

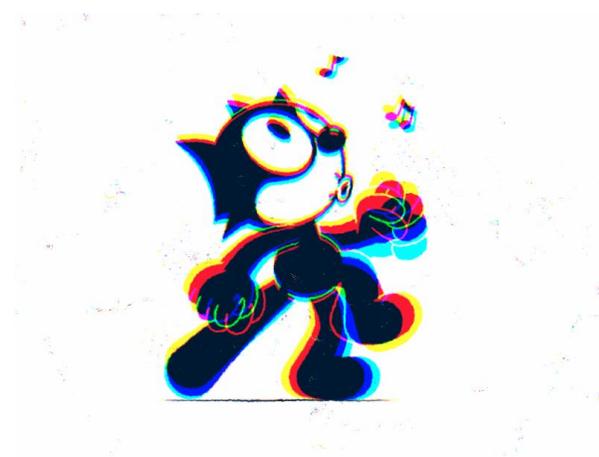
MARKETING DIGITAL INNOVADOR

TIPOS DE IMAGEN

.JPG/.JPEG

.PNG

.GIF



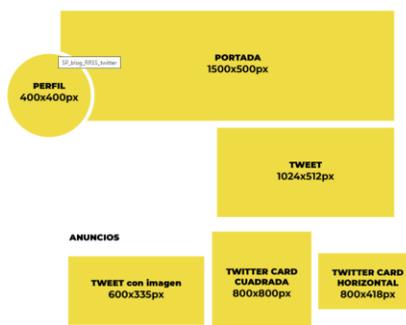
Medidas de las imágenes para RRSS



Tamaños de imagen para Instagram



Tamaños de imagen para Twitter



Tamaños de imagen para Facebook



MARKETING DIGITAL INNOVADOR

Colores de las imágenes



RGB view



CMYK - Colors



Printresult

RGB HLS y HEX (HTML)

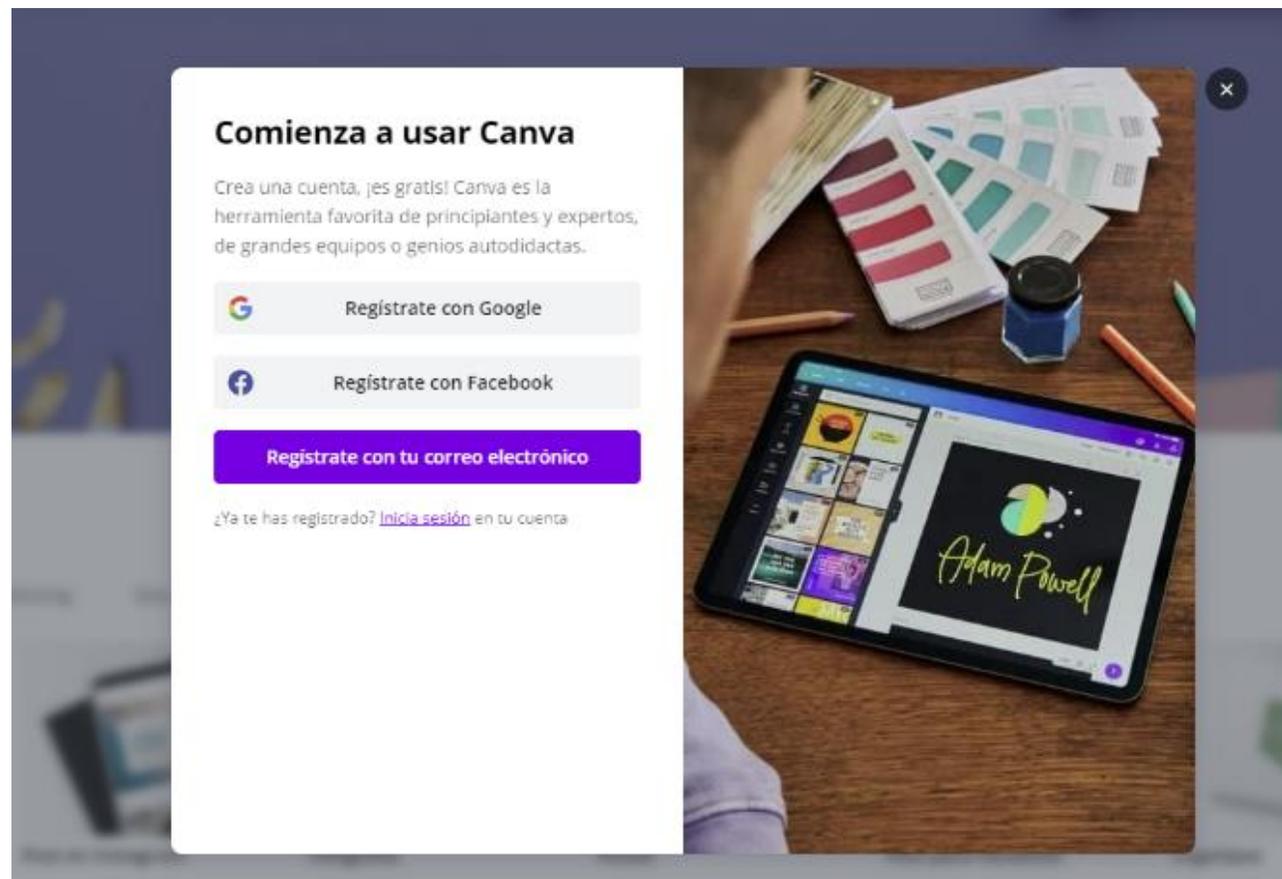
Se usa en **medios digitales**.

El Formato de RGB es
(rojo , verde, azul)

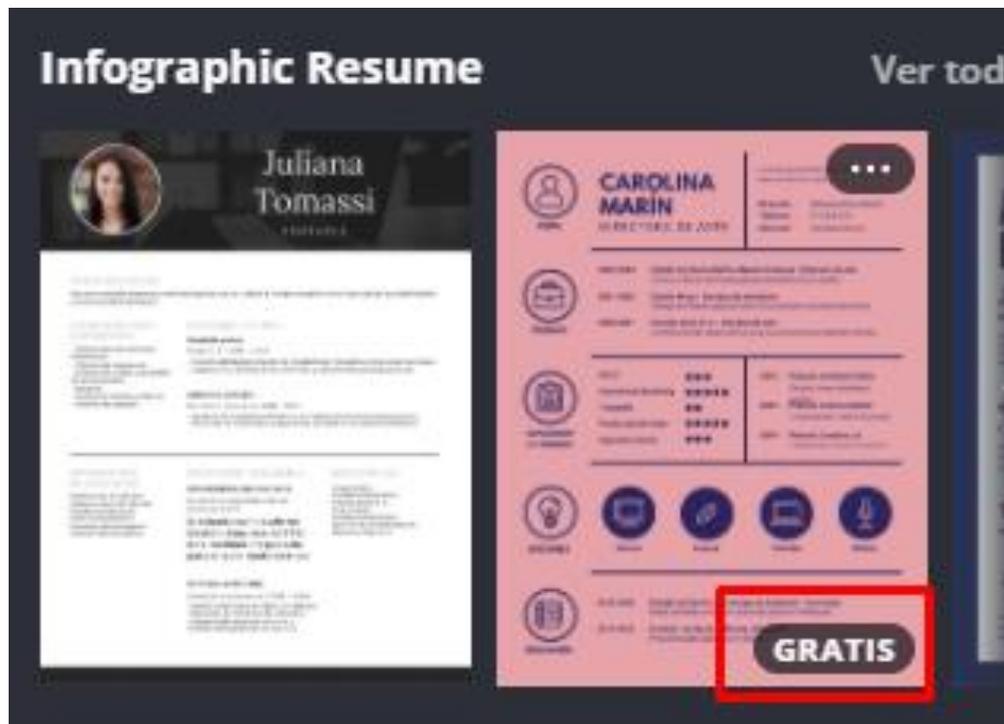
HEX o HTML : #xxxxxx

MARKETING DIGITAL INNOVADOR

CANVA

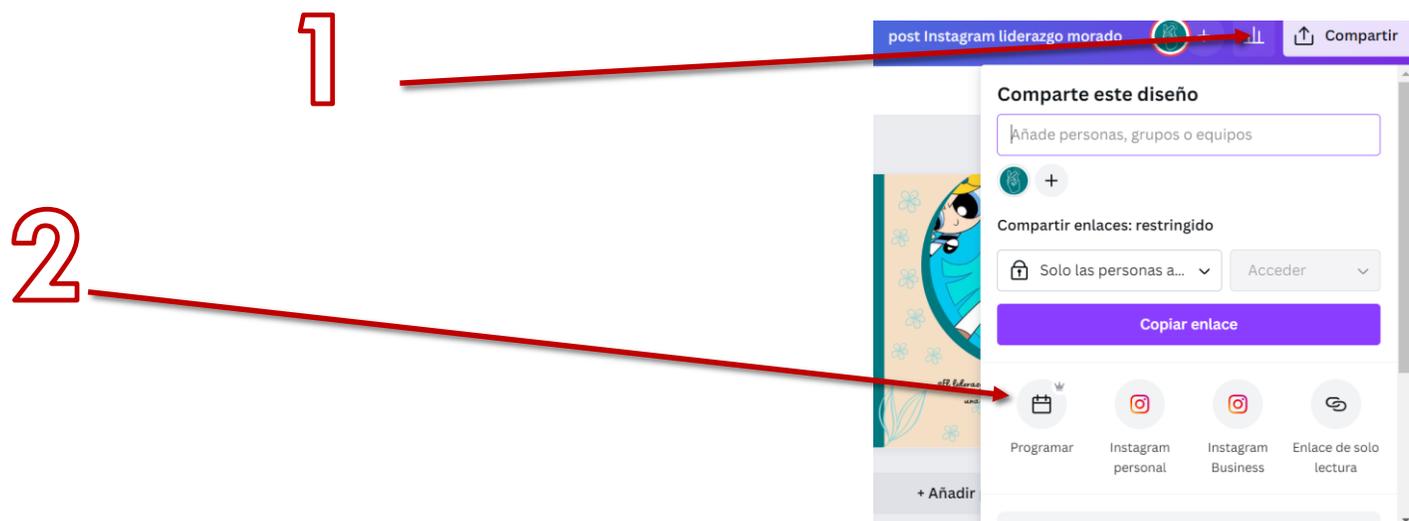


MARKETING DIGITAL INNOVADOR

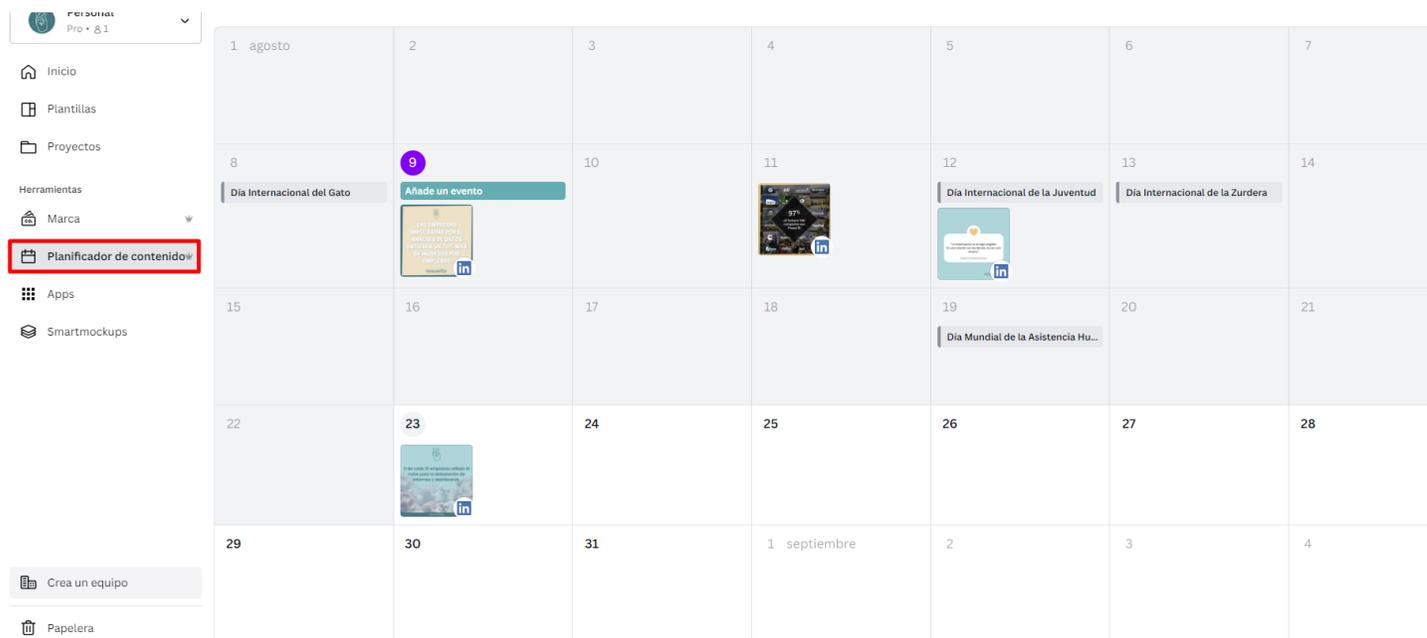


Hacer “nuestras” las plantillas

Planificar RRSS



Estadísticas



PUBLICADO

Publicaciones

LinkedIn Post 1200 px × 1200 px

Creado por Resuelto
martes, 9 ago, 10:10

Publicado en resuelto
martes, 9 ago, 11:12

Publicar

Estadísticas

Impresiones

26

Clics

1

Me gusta

1

Compromiso

8%

de las personas que lo han visto

Comentarios

0

Veces compartido

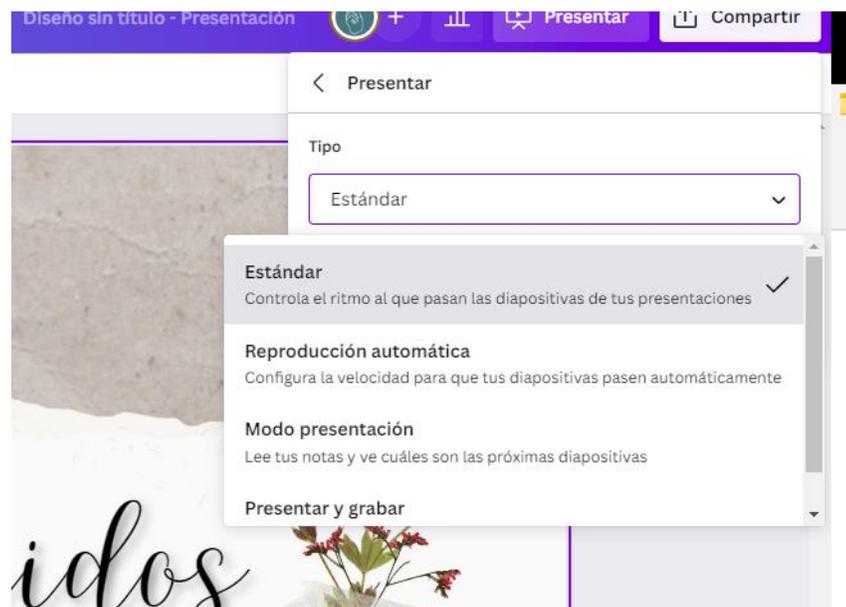
0

La información puede tener un retraso de hasta 24 horas.

Graba tus presentaciones

1. Haz clic en «Presentar y grabar» en la esquina superior derecha.

¡Ojo!
TU PLANTILLA
DEBE DE SER UNA PRESENTACIÓN



Ejercicio 1

Vamos a ir a la plantillas Post para Facebook, la que creáis que mejor se adapta a vuestra próxima publicación.

1. Vamos a ponerle vuestros colores corporativos
2. Una imagen de alguno de vuestros productos, sin fondo
3. 3 (2 textos y un stick) elementos alineados en el centro

Ejercicio 2

Crea una presentación (16:9) de tu negocio, recuerda que tiene que ser corporativo.

Grábate explicando cada diapositiva.

Guarda en enlace para compartirlo y verlo juntos el viernes.

Así aprendemos a usar canva y presentamos nuestros negocios a nuestros compañeros, nunca está de más un poco de visibilidad ;)

MARKETING DE PRODUCTO

Semana 7 - 26 al 30 de septiembre

MARKETING DE PRODUCTO

FICHAS DE PRODUCTO

FOTOGRAFÍA

VÍDEO MARKETING

SMARTPHONE

RETOQUES DESDE EL MÓVIL

MARKETING DE PRODUCTO

FICHAS DE PRODUCTO

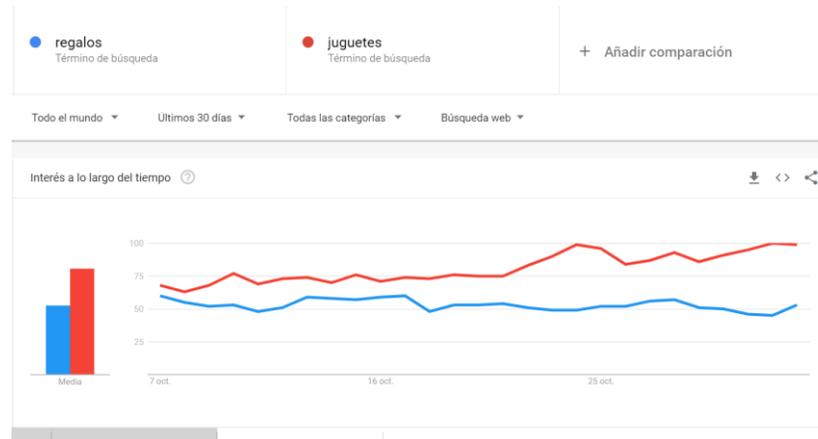
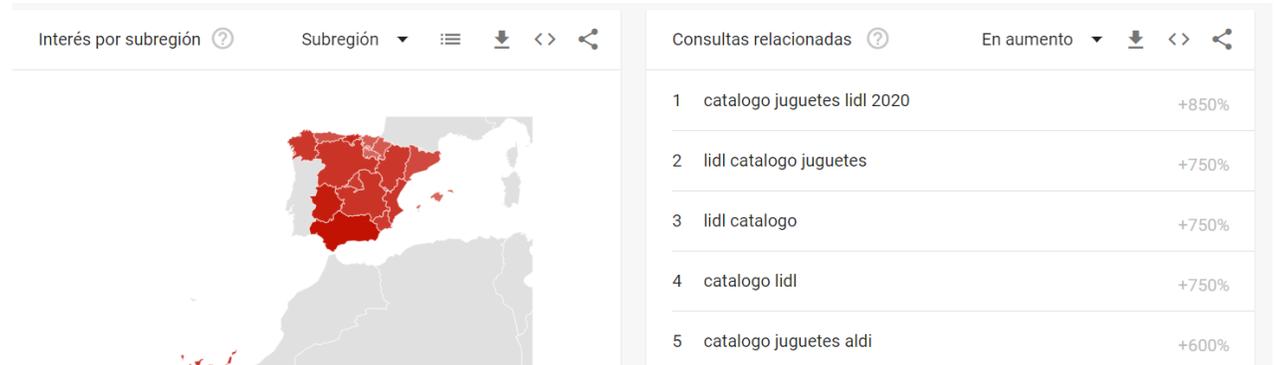
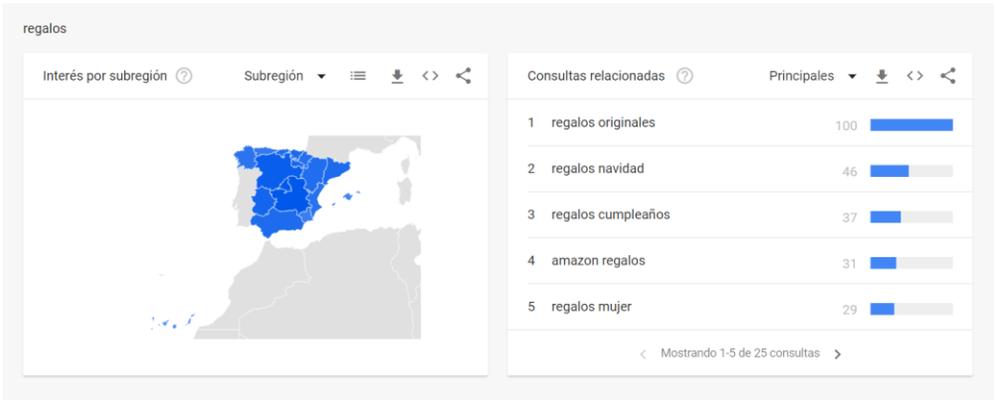
- Tiendas físicas y online
- Vía más importante para conectar con nuestro público objetivo
- Medio para convertir visitantes en clientes
- Aumenta el tiempo permanencia y la interacción con la página
- Espacio reducido (escaparate, dependiente, ambiente...)

MARKETING DE PRODUCTO

CLAVES PARA ELABORAR UNA FICHA DE PRODUCTO

- CONOCER A NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO
- CUIDAR EL COPYWRITING
- DAR IMPORTANCIA A LAS OPINIONES
- CAPTAR LA ATENCIÓN DEL PÚBLICO
- CUIDAR EL SEO

MARKETING DE PRODUCTO

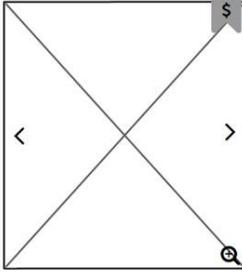


MARKETING DE PRODUCTO

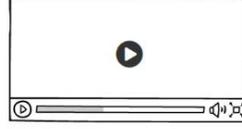
- IMÁGENES: CALIDAD Y CANTIDAD
- ORGANIZACIÓN POR CATEGORÍAS
- CONTENIDO MULTIMEDIA
- VENTA CRUZADA
- DESTACAR LAS OFERTAS, PROMOCIONES, STOCKS, SELECTORES
- OPCIONES DE ENVÍO
- INTERACCIONES CON EL USUARIO

FICHA DE PRODUCTO

TÍTULO PRODUCTO 100€ Añadir





TÍTULO PRODUCTO

Ref: 000001 ★★★★☆ 5 opiniones

Marca/Cat: Webpositer

Color:

Talla:

Financiación: [Calcular](#)

Stock: DISPONIBLE

100€ [Añadir al carrito](#)

IVA incluido

Compartir: [f](#) [t](#) [in](#) [@](#) [m](#)

4,5€ En 1-2 días [Devoluciones](#) Hasta 30 días [Garantía](#) Hasta 2 años

PRODUCTOS CROSS-SELLING





Producto1 Producto2 Producto3

PACK DE PRODUCTOS




100€ IVA incluido [Añadir](#)

Características Opiniones FAQs

Características

Name (job title)	Age	Nickname	Employee
Giacomo Guizzoni	40	Pekid	<input type="checkbox"/>
Founder & CEO			
Marco Bellon	38		<input checked="" type="checkbox"/>
Tuttore			
Manish Madachkin	41	Pokata	<input type="checkbox"/>
Better Half			
Valerie Liberty	J	Val	<input checked="" type="checkbox"/>
Head Chef			
Data Grid Docs			<input type="checkbox"/>

Opiniones

FAQs



FUENTE: <https://www.webpositer.com>

MARKETING DE PRODUCTO

PUNTOS *2 (100 PUNTOS = \$1) No Te Lo Pierdas > 23 H 39 M 28 S

MUJER TALLAS GRANDES NIÑOS HOMBRE BELLEZA > **SHEIN**

NOVEDADES 0122 REBAJAS ROPA VESTIDOS TOPS LENCERÍA Y LOUNGE ROPA DE DEPORTE ZAPATOS & ACCESORIOS < > Bikini

Página principal / Ropa de Mujer / Trajes de Mujer / pantalones de traje de mujer / MOTF PREMIUM Pantalones a medida viscosa recortado

MOTF PREMIUM Pantalones a medida viscosa recortado
SKU: sw2207049622244728

35,99€

Talla: XS S M L

AÑADIR A LA BOLSA

Ganarás 35 Puntos de SHEIN

¡ CONSIGUE 3€ DE DESCUENTO !

amazon.es prime Enviar a INMACULADA El Palmar 30120 Dispositivos de Amazon

Hola Inmaculada Cuenta y listas Devoluciones y Pedidos Cesta

Todo Volver a comprar Ofertas Cheques regalo Envío Gratis Amazon Basics Belleza Kit de Compras Productos del momento en Salud y ACP

Dispositivos Amazon Echo y Alexa Fire TV Tablets Fire E-Readers Kindle Seguridad del hogar Hogar digital Accesorios

Prueba **Blink** durante 30 días. Si no te gusta, devuélvelo y te reembolsamos el dinero. Más información

Blink Outdoor | Cámara de seguridad HD inalámbrica y resistente a la intemperie, con 2 años de autonomía, detección de movimiento, compatible con Alexa | 1 cámara

Marca: Blink Home Security
★★★★☆ 934 valoraciones | 178 preguntas respondidas
Opción Amazon de "blink outdoor"

99⁹⁹€

prime Entrega hoy y Devoluciones GRATIS
o Paga en 4 cuotas con Amazon de 25,00 €
Precio final del producto

Financiación: 25,62 € x 4 cuotas en 90 días con Paga en 4 de Coñidis (Total adeudado 102,48€, Coste del crédito 2,49€, TAE 21,45%) Ver más
Puede estar disponible a un precio más bajo en otros vendedores, posiblemente sin

Paga en 4 cuotas con Amazon 25,00 €/pago (99,99 € / 4 pagos)

Pago único: 99⁹⁹€
Entrega GRATIS hoy antes de las 22:00. Haz el pedido en 10 horas 10 mins. Ver detalles

Enviar a INMACULADA - El Palmar 30120

Cantidad: 1

Añadir a la cesta
Comprar ahora

Transacción segura

Pasa el ratón por encima de la imagen para ampliarla

FOTOGRAFÍA

- POSICIÓN DE LA CÁMARA
- ÁNGULOS Y COMPOSICIÓN
- FILTROS
- TIPOS DE FOTOGRAFÍAS (textura, miniatura, escala, dorso...)
- TEXTO

FOTOGRAFÍA

PSICOLOGÍA DEL COLOR

SEGURIDAD, SOFISTICACIÓN, EFICIENCIA

CALIDEZ, COMODIDAD

ESTABILIDAD, SERIEDAD

CONFIANZA, SEGURIDAD, SERENIDAD

ENTUSIASMO, PASIÓN, VALOR, EMOCIÓN

ROMANCE, JUVENTUD

TRANQUILIDAD, SABIDURÍA

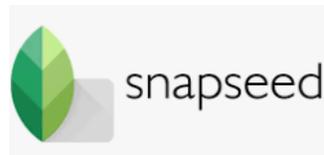
VIBRANTE, ENERGÍA

NATURAL, CRECIMIENTO, ARMONÍA, EQUILIBRIO

ALEGRÍA, PLACER, OPTIMISMO, CREATIVIDAD

PUREZA, SIMPLICIDAD, EFICIENCIA

HERRAMIENTAS EDICIÓN



- ✓ De los más populares
- ✓ Herramientas y filtros de fácil manejo
- ✓ Disponible para Android e iOS



- ✓ Recursos fotográficos (exposición, balance de blancos, ISO, enfoque)
- ✓ Disponible gratis para Android



- ✓ Dispone de una amplia gama de filtros. Efectos profesionales
- ✓ Fácil de usar tanto para Android como para iOS

VIDEO MARKETING

- ✓ ¿QUÉ ES EL VIDEO MARKETING?
- ✓ CUALES SON SUS BENEFICIOS
- ✓ CÓMO DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE VIDEO MKT
- ✓ DIFERENTES TIPOLOGÍAS DE CONTENIDOS Y VÍDEOS
- ✓ ANALIZAREMOS EL PROCESO DE CREACIÓN Y LOS ELEMENTOS PRINCIPALES
- ✓ CÓMO UN VÍDEO PUEDE IMPULSAR EL SEO DE NUESTRA WEB
- ✓ DISTRIBUCIÓN DE LOS VÍDEOS EN RRSS
- ✓ MEDIOS DE PAGO Y DISTRIBUCIÓN GANADA

VIDEO MARKETING

- La historia que queremos contar

Elementos:

EMOCIÓN

- PROTAGONISTA

Debe cumplir con el modelo de cliente objetivo que estamos buscando
Aparecerá en todo el vídeo

- EL PROBLEMA

La necesidad que tiene el protagonista (nuestro cliente objetivo)

- LA BÚSQUEDA

La presentación del producto

- LA RESPUESTA

La forma en que nuestro producto da solución al problema

VIDEO MARKETING

PREPRODUCCIÓN

- **Storyboard**

Se trata de tomar lo que hemos definido en el guion y dibujarlo para ver el efecto de como quedará cada escena

No tienen que ser dibujos perfectos (palitos)
- **Coordinación y preparación**

Identificar las diferentes elementos esenciales y coordinarlos (tiempos, equipo, colaboradores, permisos...)

Establecer una agenda, calendarios con todos los elementos y sus interrelaciones

Equilibrar lo que tenemos con los que podemos hacer

Compartir la información con todos los miembros del equipo

VIDEO MARKETING

PRODUCCIÓN

Es la parte más emocionante ya que es la fase de la grabación del vídeo

- **Iluminación**

La intensidad de la luz influye en la calidad del vídeo y el estado de ánimo del usuario
Control de la iluminación con empleo de luz artificial creando efectos de luz natural

- **Estilo**

Ya tenemos el estilo del vídeo definido
Para evidenciarlo empleamos elementos como el vestuario, maquillaje, escenario...
Estos elementos son complementarios y comunican más allá del diálogo o la voz en off

VIDEO MARKETING

PRODUCCIÓN

- **Calidad de la grabación**

Los dos elementos que van a diferenciar una grabación de calidad son la calidad del audio y las imágenes

En los primeros segundos puede identificarse la calidad y puede influir en no continuar el visionado
- **Cosas extra**

Contenido de detrás de la escena

Tomar fotos del ambiente, actores, colaboradores e incluso alguna pequeña grabación

VIDEO MARKETING

POSTPRODUCCIÓN

Es la parte en la que editamos la grabación para obtener el resultado final deseado

- **Efectos gráficos**

Son muy utilizados ya que dan dinamismo al vídeo
Se trata de animaciones coloridas que adornen una escena, remarquen un elemento, gráficos para títulos, nombres, logotipos...
Buscar el equilibrio entre gráficos, información e imagen
- **Efectos visuales**

Balance de los colores, dar mayor o menor claridad a las tomas, balance de blancos
Transiciones entre escenas
Se trata de dar forma al vídeo adaptándolo a la idea creativa que deseamos obtener

VIDEO MARKETING

POSTPRODUCCIÓN

- **Efectos de sonido**

Una buena calidad de audio puede ser determinante para diferenciar un vídeo con éxito

Se trata tanto de los diálogos como de la música, la voz en off, el sonido ambiente...

Deben quedar equilibrados evitando efectos molestos como el sonido ambiente más alto que los diálogos

- **Cierre en call to action**

Las RRSS permiten hacer vídeos más interactivos con la incorporación de botones de acción

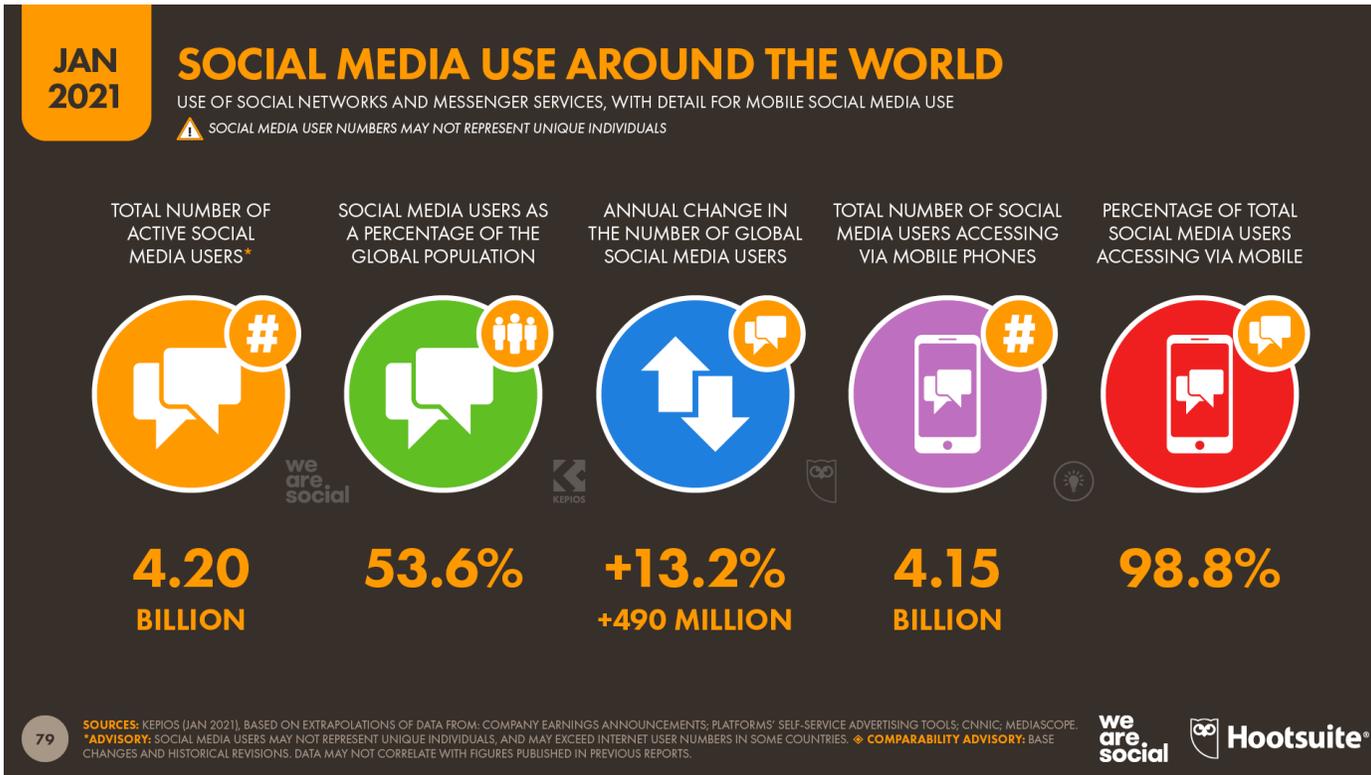
Links a la web, iconos a RRSS, botones de compra...

Permite que el usuario vaya más allá de la visualización del vídeo

Deben ser poco intrusivo invitando al usuario a cambio de un beneficio extra más que una obligación

MARKETING MÓVIL

- ✓ ¿Qué es el móvil marketing?
- ✓ Cuales son sus beneficios y desventajas
- ✓ Cómo diseñar una estrategia de móvil mkt
- ✓ Tipos de móvil mkt
- ✓ Marketing en RRSS
 - WhatsApp
 - YouTube
 - Facebook
 - Instagram



Efecto COVID 19

15 nuevos usuarios cada 1”

TIPOS DE CAMPAÑAS

- **QR**
 - Conecta el entorno offline con el online
 - Está despegando sobre todo como complemento a otros soportes
- **email**
 - Cuenta con una importante tasa de apertura desde el móvil (80%)
 - Existen multitud de plataformas para el envío masivo de emails
 - Para que sean realmente efectivas es preciso que conocer el impacto del envío
 - Análisis de datos (impacto, apertura, clicks en los enlaces ...)
 - Siempre tras el consentimiento del usuario
- **Apss**
 - Favorecen la imagen de innovación de la empresa
 - Mejoran la eficiencia, reduciendo costes, favoreciendo ventas

MARKETING MÓVIL

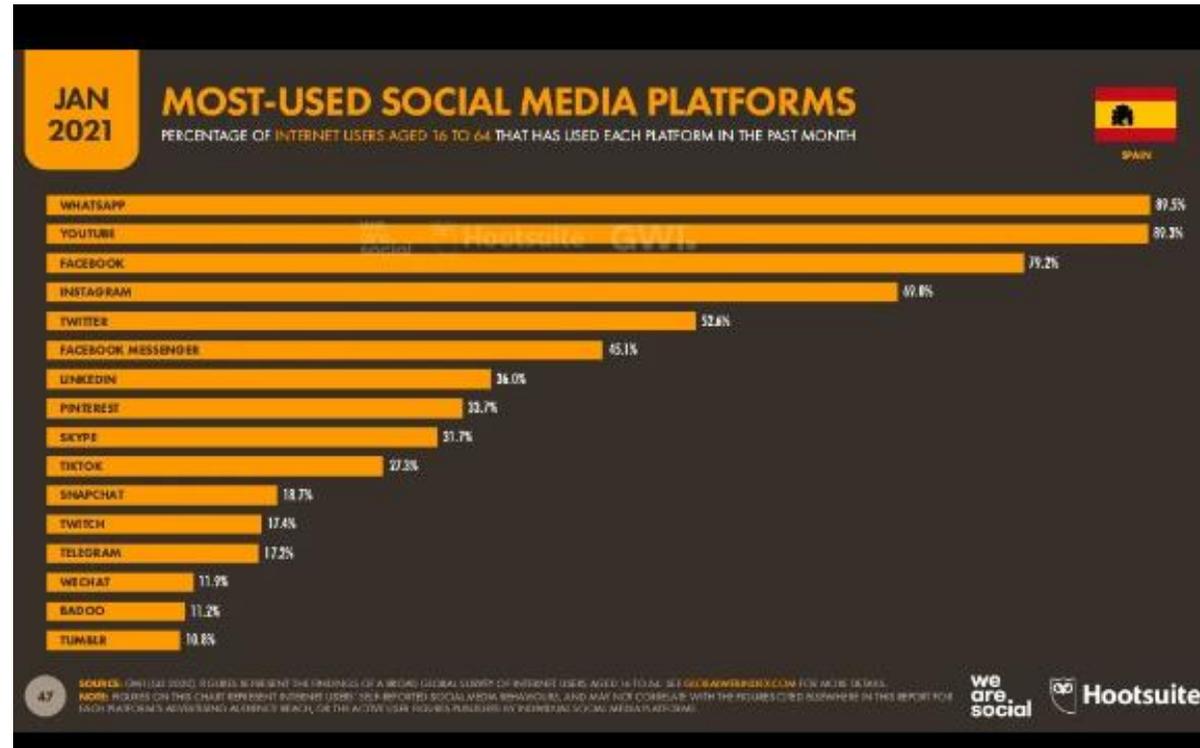
PLAN DE MARKETING MÓVIL

- Estudiar a nuestra competencia
- Definir una estrategia
- Definir las acciones
- Análisis de resultados

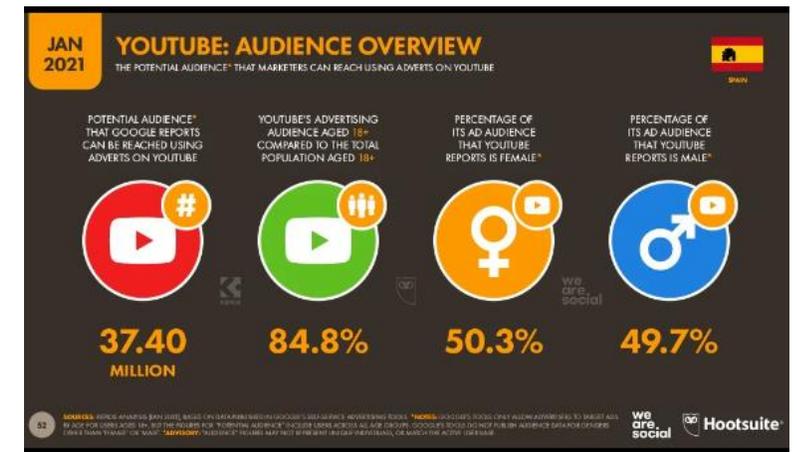
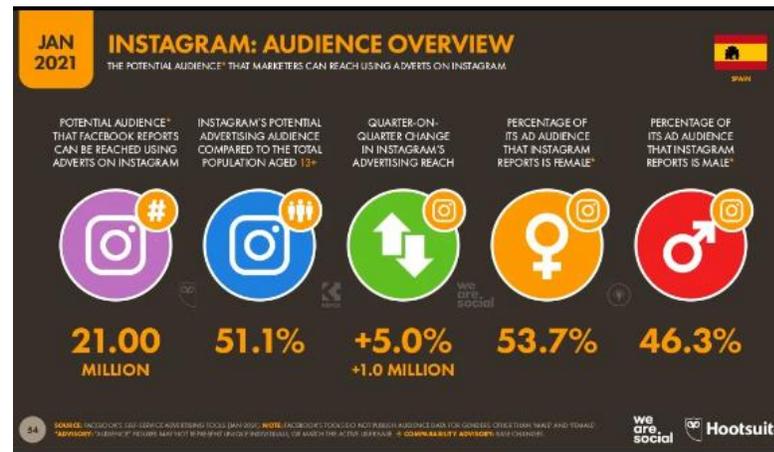
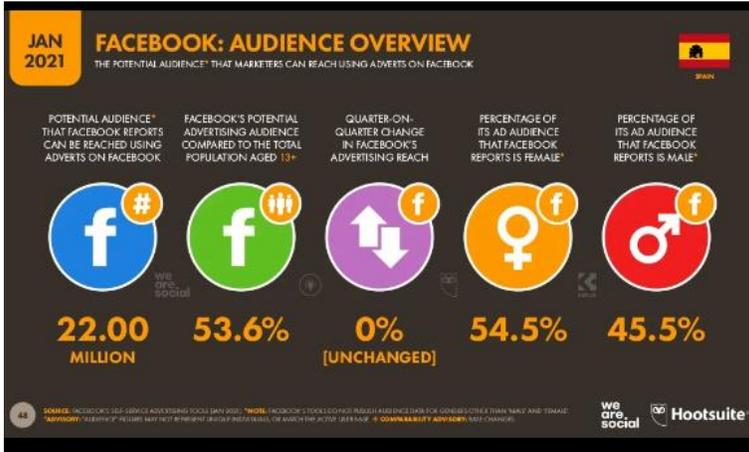
MARKETING MÓVIL

ACCIONES

- Optimización de la web
- Campañas de Display para el móvil
- Aplicaciones móviles
- Email marketing
- Publicidad en vídeo



MARKETING MÓVIL

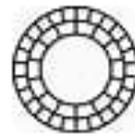


RETOQUES FOTOGRÁFICOS EN MKT

- Color
- Entorno
- Encuadre
- Naturalidad

MARKETING MÓVIL

APLICACIONES



VSCO

Aplicación de fotografía





El anuncio más emotivo de la Navidad 2015 en Español [HD]- Navidad a la Carta

334.454 visualizaciones...

 5769

 NO ME GUSTA

 COMPARTIR

 GUARDAR

...



Navidad a la Carta
1320 suscriptores

SUSCRIBIRME

El anuncio más emotivo de la Navidad 2015 en Español [HD]- Navidad a la Carta - YouTube

ANALÍTICA WEB

Semana 8 - 17 al 21 de octubre

ANÁLISIS DE DATOS

ANALÍTICA WEB

GOOGLE DATA STUDIO

GOOGLE ANALYTICS

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE MÁS VENDEN

OTROS MÉTODOS DE ANÁLISIS

ANALÍTICA WEB

¿Qué es y para qué sirve?

Beneficios

Componentes

Fases

Metodología

Diferentes tipos de datos y analíticas

Métricas y KPIs

Calidad de los datos

ANALÍTICA WEB

LO QUE NO SE MIDE
NO EXISTE

MÉTRICAS

- VISITANTES ÚNICOS O EXCLUSIVOS
- % DE VISITAS NUEVAS
- PÁGINAS VISTAS
- PÁGINAS / VISTA
- PROMEDIO DE TIEMPO EN LA PÁGINA Y DURACIÓN MEDIA DE LA VISTA
- % DE REBOTE...

ANALÍTICA WEB

HERRAMIENTAS CUANTITATIVAS

GOOGLE ANALYTICS

Herramienta de análisis empresarial para medir páginas web/Apps y obtener datos de los usuarios

COMSCORE

Plataforma de medición y análisis que ofrece datos de mkt y ayuda a través de cada fase del ciclo de vida de la publicidad a compañías de medios, agencias de publicidad y editoriales

WEBTREKK

Herramienta de inteligencia de clientes que permite conectarse, analizar y activar usuarios y datos

ADOBE ANALYTICS

Solución para el análisis con IA en tiempo real, segmentación detallada y comprensión de los usuarios como personas (Customer intelligence)

HERRAMIENTAS CUALITATIVAS



ANALÍTICA WEB

NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS

RGPD
679/2016

LOPDGDD
3/2018

LSSICE/LSSI
34/2002

Reglamento
e-Privacy



Google
Data Studio

Data Studio | Connect to Data

OVERVIEW GALLERY **CONNECT TO DATA** VISUALIZATIONS HOME

Access your data from 800+ data sets from over 350 connectors.

Search connectors...

Google Connectors (18)
Connectors built and supported by Google. [Learn more](#)



BigQuery
By Google

Connect to BigQuery tables and custom queries. [Learn More](#)



Campaign Manager 360
By Google

Connect to Campaign Manager 360 data. [Learn More](#)



Cloud Spanner
By Google

Connect to Google Cloud Spanner databases. [Learn More](#)



Cloud SQL for MySQL
By Google

Connect to Google Cloud SQL for MySQL databases. [Learn More](#)



Display & Video 360
By Google

Connect to Display & Video 360 report data. [Learn More](#)



Extract Data
By Google

Connect to Extract Data. [Learn More](#)



File Upload
By Google

Connect to CSV (comma-separated values) files. [Learn More](#)



Google Ad Manager
By Google

Connect to Google Ad Manager data. [Learn More](#)



Google Ads
By Google

Connect to Google Ads performance report data. [Learn More](#)



Métricas de nuestra publicaciones y ventas en Facebook

TOTAL IMPORTE

1.618,00 €

TASA CONVERSION

1,22 %

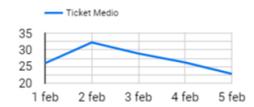
Ticket Medio

26,97

PRODUCTO -

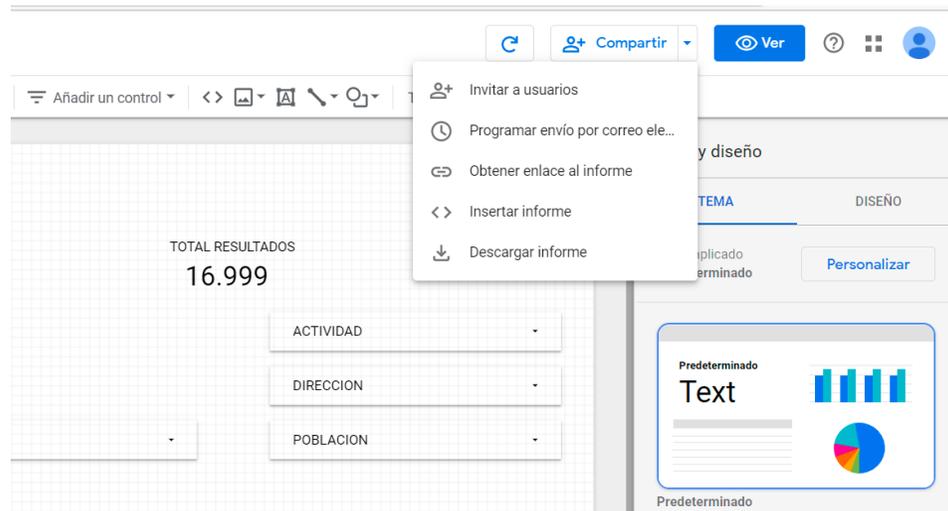
FECHA -

Selecciona un periodo -

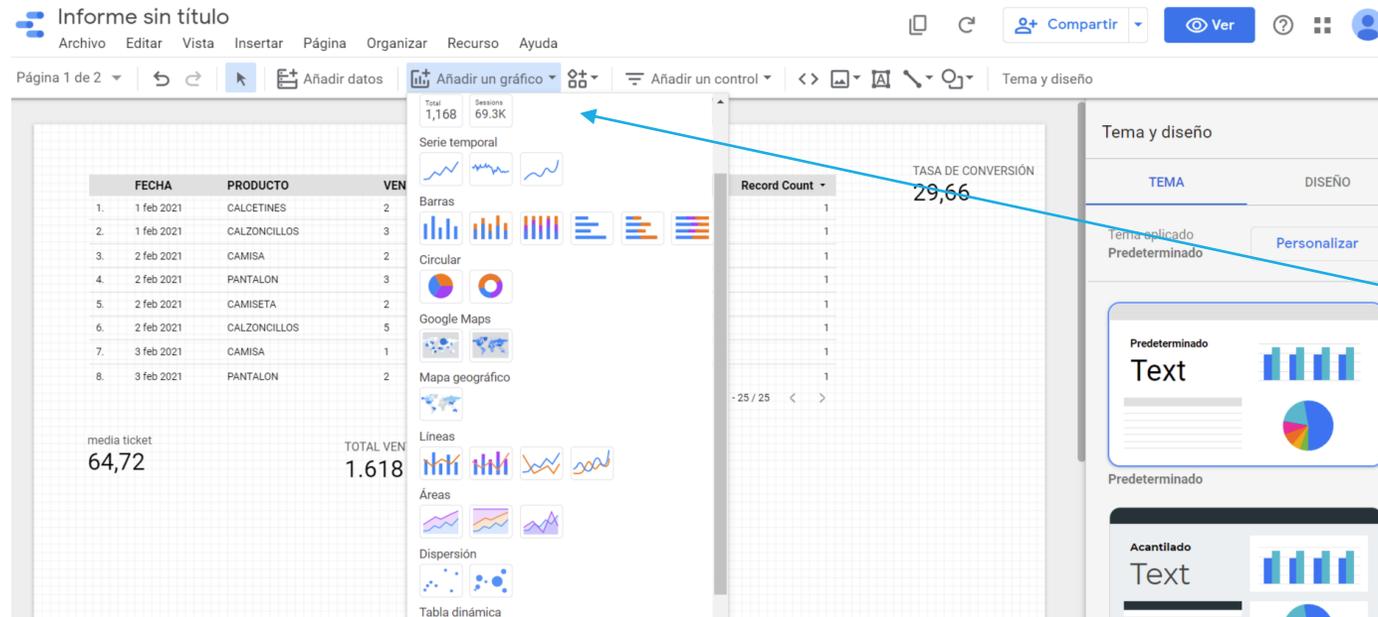


Ticket Medio

FECHA	PRODUCTO	VISUALIZACION...	VENTAS	PRECIO	UNIDADES VENDIDAS
1 feb 2021	CALCETINES	117	2	8	2
1 feb 2021	CALZONCILLOS	352	3	15	5
2 feb 2021	CAMISA	157	2	63	7
2 feb 2021	PANTALON	203	3	52	10
2 feb 2021	CAMISETA	352	2	27	12



Para insertar un gráfico en nuestro informe de Data Studio, pinchamos en el botón “Añadir un gráfico” y seleccionamos el que mejor muestre lo que nos interesa, por ejemplo una serie temporal si queremos ver la tendencia de ventas de un determinado producto, o uno circular si queremos representar varios sectores de productos, etc.

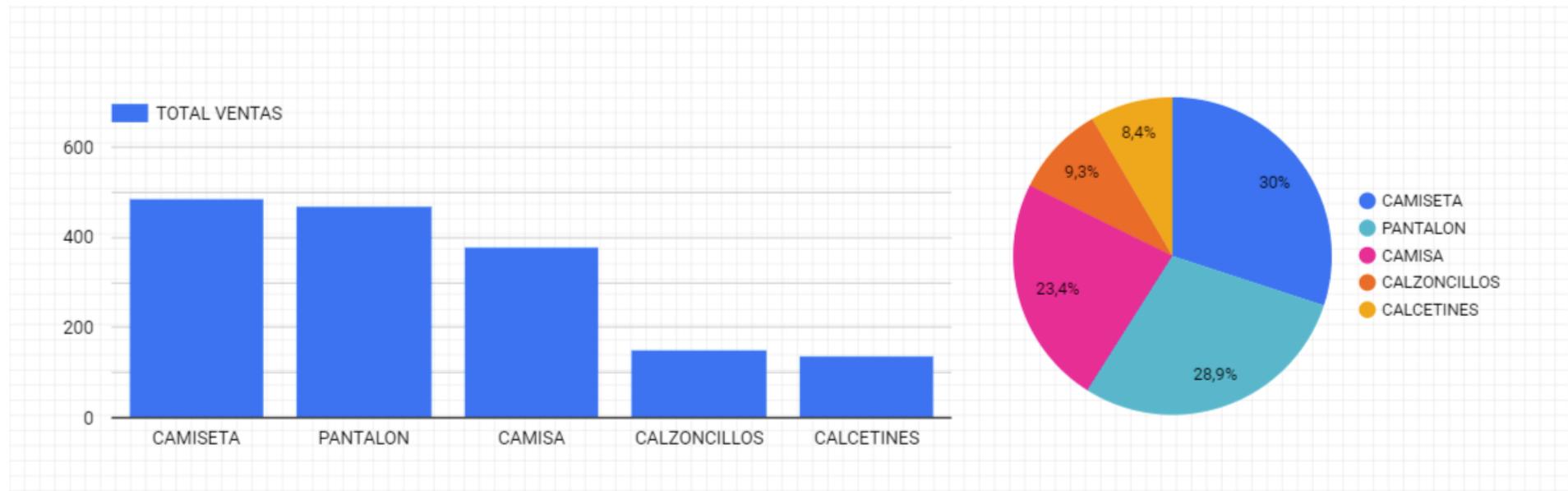


The screenshot shows the Google Data Studio interface. On the left, there is a table with the following data:

FECHA	PRODUCTO	VEN
1. 1 feb 2021	CALCETINES	2
2. 1 feb 2021	CALZONCILLOS	3
3. 2 feb 2021	CAMISA	2
4. 2 feb 2021	PANTALON	3
5. 2 feb 2021	CAMISETA	2
6. 2 feb 2021	CALZONCILLOS	5
7. 3 feb 2021	CAMISA	1
8. 3 feb 2021	PANTALON	2

Summary statistics shown: media ticket 64,72 and TOTAL VEN 1.618. A blue arrow points to the 'Añadir un gráfico' button in the top toolbar. The chart selection menu is open, showing options like 'Serie temporal', 'Barras', 'Circular', 'Google Maps', 'Mapa geográfico', 'Lineas', 'Áreas', 'Dispersión', and 'Tabla dinámica'. The 'Barras' option is highlighted. On the right, there is a 'Tema y diseño' panel with a 'Personalizar' button. A central widget shows 'TASA DE CONVERSIÓN 29,66'.

Otros ejemplos de gráficas que se pueden hacer son:



Permite modificar los colores, la apariencia, etc.

GOOGLE DATA STUDIO





GA4 vs UA

Ejemplo de informe de eventos

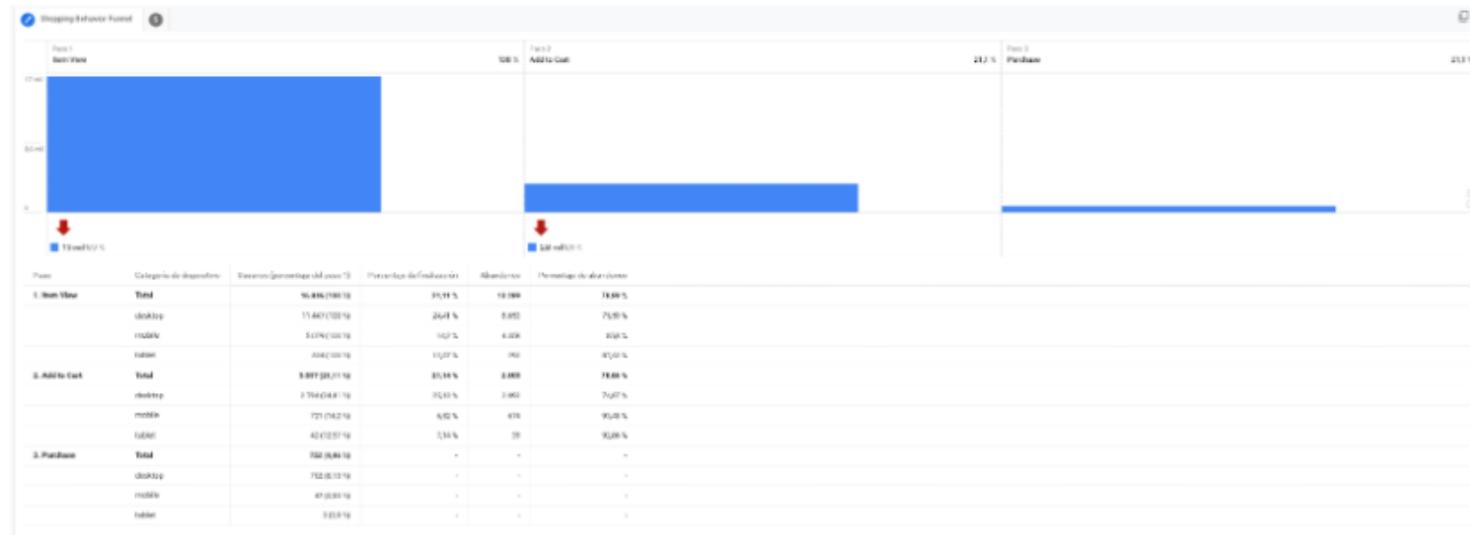
Modificar evento Crear evento Gestionar definiciones personalizadas

Eventos existentes 🔍 📄

Nombre del evento	Recuento ↓ % de cambio	Usuarios	% de cambio	Marcar como conversión ?
page_view	1.777.847 ↑ 2.713,4 %	270.632	↑ 2.342,7 %	<input type="checkbox"/>
scroll	527.215 ↑ 2.074,4 %	136.883	↑ 1.786,7 %	<input type="checkbox"/>
view_item	460.915 ↑ 1.862,3 %	63.481	↑ 1.888,1 %	<input type="checkbox"/>
session_start	370.356 ↑ 2.472,5 %	266.605	↑ 2.296,7 %	<input type="checkbox"/>
first_visit	260.362 ↑ 2.811,0 %	255.359	↑ 2.753,8 %	<input type="checkbox"/>
new_recent_active_user	208.175 ↑ 2.572,0 %	206.384	↑ 2.544,9 %	<input type="checkbox"/>
view_promotion	202.731 ↑ 2.126,8 %	102.115	↑ 1.848,4 %	<input type="checkbox"/>
add_to_cart	165.157 -	14.434	-	<input type="checkbox"/>

CONVERSIONES

Con GA4 podemos configurar hasta 30 conversiones por propiedad y crear hasta 200 embudos de conversión utilizando el centro de análisis



PRODUCTOS QUE MÁS VENDEN

- ANÁLISIS DE MERCADO – DAFO
- VENTA FÍSICA vs VENTA ONLINE
- PRODUCTOS ONLINE ESTRELLA
- ARTÍCULOS DE MODA, CALZADO, VIAJES Y EXPERIENCIAS, TECNOLOGÍA...
- SEGUNDA MANO (ECONOMÍA CIRCULAR)

PRODUCTOS QUE MÁS VENDEN

Descubre qué está
buscando el mundo

Escribe un término de búsqueda o un tema



<https://trends.google.es/>

PRODUCTOS QUE MÁS VENDEN

Google Trends

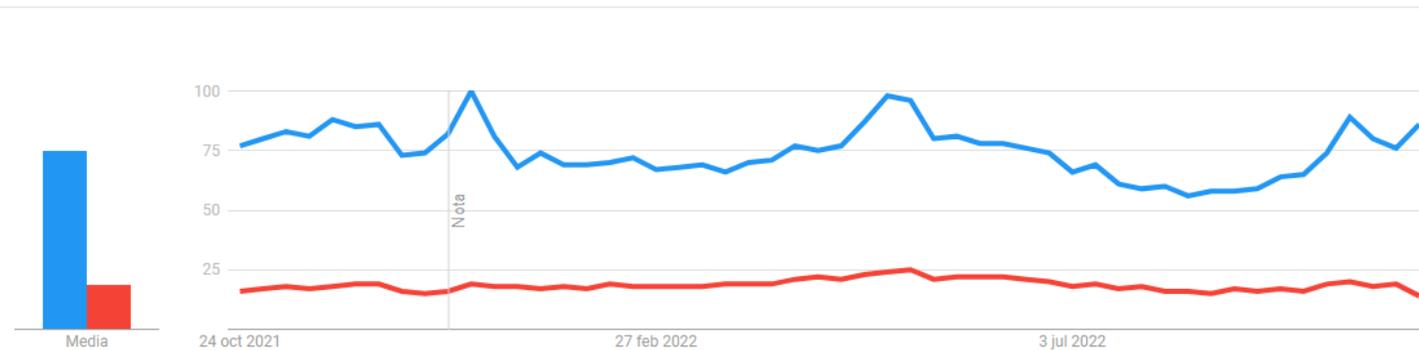
● pantalones
Término de búsqueda

● pantalón
Término de búsqueda

+ Añadir comparación

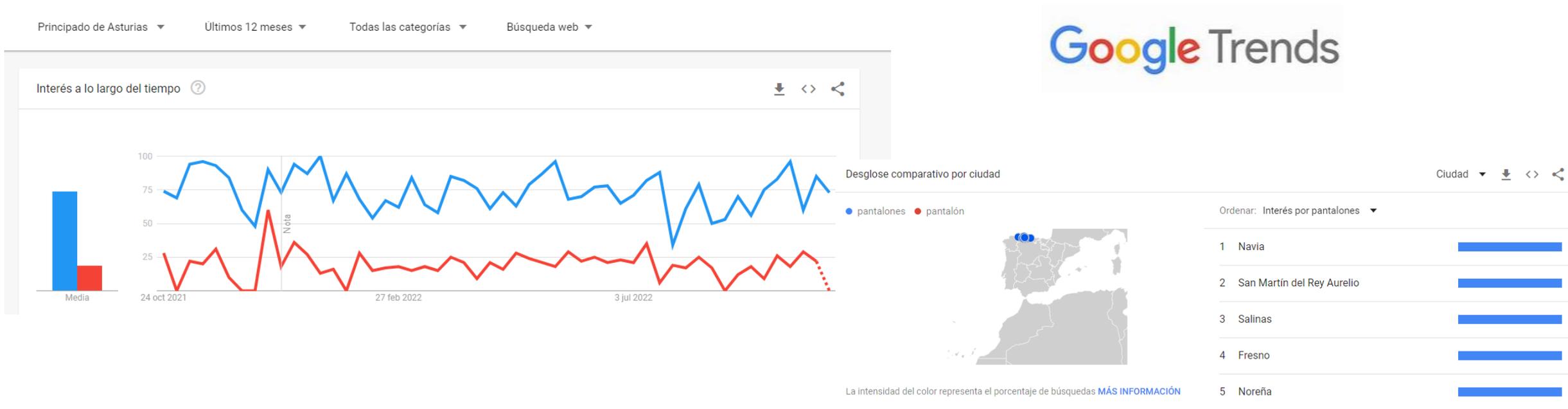
España ▼ Últimos 12 meses ▼ Todas las categorías ▼ Búsqueda web ▼

Interés a lo largo del tiempo ?



<https://trends.google.es/>

PRODUCTOS QUE MÁS VENDEN

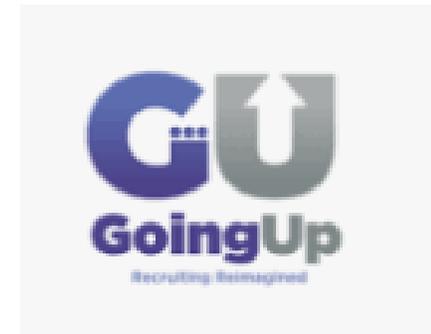


<https://trends.google.es/>

PRODUCTOS QUE MÁS VENDEN



OTROS MÉTODOS DE ANÁLISIS



OTROS MÉTODOS DE ANÁLISIS

EL FIN DE LAS COOKIES



CIBERSEGURIDAD

Semana 9 - 24 al 28 de octubre

CIBERSEGURIDAD

CIBERSEGURIDAD EN LA PYME

PRINCIPALES RIESGOS Y AMENAZAS

INGENIERÍA SOCIAL

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

ENTIDADES Y ORGANISMOS DE AYUDA



 **TEDx Talks** ✓
36,6 M de suscriptores

[¿Por qué me vigilan, si no soy nadie? | Marta Peirano | TEDxMadrid - YouTube](#)

CIBERSEGURIDAD EN LA PYME

Ciberseguridad de la PYME en datos

Falsos mitos

Principales amenazas

Consecuencias directas

Cómo actuar

Seguridad del e-commerce

Dispositivos móviles

Ayuda para empresas y PYMES

CIBERSEGURIDAD DE LA PYME

El **70%** de los ciberataques en España van dirigidos a PYMES y microPYMES

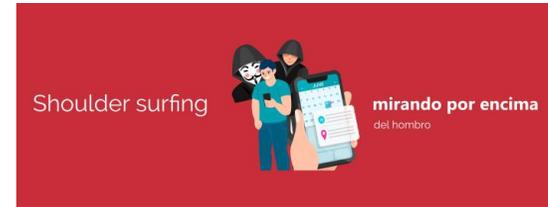
Las PYMES tardan en promedio **212 días** en identificar un ataque y **75 días más** en contenerlo
Plazo de comunicación a la AEPD de brechas de seguridad es de **72 h** desde su conocimiento

El coste promedio de un ciberataque en España es de **35.000 euros**

El **60%** de las PYMES víctimas de ciberataques severos desaparecen en los **6 meses** posteriores al incidente

El **99.8%** de las PYMES españolas no se consideran un objetivo atractivo para un ciberataque

El **91%** de los ciberataques comienzan por un email de *phishing*



PRINCIPALES RIESGOS Y AMENAZAS



SURFACE WEB

Es la web que todos conocemos y a la que podemos acceder con cualquier navegador

DEEP WEB

Es la parte de Internet que está oculta a los buscadores mediante contraseñas de acceso u otros sistemas de seguridad

DARK WEB

Es la parte oculta de Internet y para la que se requiere autorización o algún software especial para acceder
En ella el anonimato está garantizado

PRINCIPALES RIESGOS Y AMENAZAS

¿Cuánto valen tus datos en la **Darkweb**?

 Datos de la tarjeta de crédito	6-10\$
 Carnets de conducir escaneados	5-25\$
 Pasaportes escaneados	6-15\$
 Servicios de suscripción	0,5-8\$
 Selfie con documentos	40-60\$
 Historial Médico	1-30\$
 Identificación	0,5-10\$

nombre completo, fecha nacimiento,
nº de la seguridad social, email, móvil...

kaspersky

El destino de los datos vendidos en la Dark web pueden ser utilizados para la extorsión, la ejecución de estafas, phishing, robo de dinero...

Hay datos que pueden servir no solo para la extorsión económica sino también para dañar la reputación y suplantar la identidad

[¿Por cuánto se venden mis datos personales en la Dark Web? | Blog oficial de Kaspersky](#)

PRINCIPALES RIESGOS Y AMENAZAS

SECTORiza2 Comercio minorista



Conoce tus riesgos en cinco minutos

Las empresas dependen para su funcionamiento de la información y de la tecnología: ordenadores, teléfonos móviles y tabletas, bases de datos, líneas de comunicaciones...

Pero, ¿has pensado alguna vez en lo que ocurriría si, de repente, perdistes la información de tu negocio o la capacidad de acceder a ella? Seguro que tu empresa está expuesta a amenazas que ni siquiera imaginas.

¿Quieres gestionar la seguridad de tu negocio?

Te proponemos una evaluación inicial del riesgo de seguridad de tu negocio en función de cómo utilizas la tecnología: correo electrónico, página web, tabletas, smartphones, etc.

Reflexiona sobre estas sencillas cuestiones para conocer el estado de ciberseguridad de tu empresa y cuáles son los riesgos que te afectan. Así sabrás por dónde empezar a mejorar.

No soy un robot

reCAPTCHA

▶ Calcula el riesgo de tu negocio

[SECTORiza2 Comercio minorista | INCIBE](#)

SECTORiza2 Comercio minorista



¡A la carta!

¿Sabes cómo se protegen las empresas de tu sector?



Bienvenidos

Laura y Miguel son dos empresarios que, al igual que tú, se han interesado en mejorar la **ciberseguridad en su empresa**.

En los vídeos que verás a continuación, hemos personalizado algunos aspectos que **cambiarán dependiendo del sector que escojas**.

Es por ello que te recomendamos que analices, en el siguiente listado, **el sector que mejor se ajuste a tu ámbito empresarial**.

Selecciona el sector al que pertenece tu empresa.

[Itinerarios de ciberseguridad por sectores empresariales \(incibe.es\)](https://incibe.es)

INGENIERÍA SOCIAL



El 46% de los comerciantes online ha sido víctima de un ciberataque

Seguridad 24 OCT 2022

El 53% de los comerciantes en España tuvo que hacer frente a varios tipos de ataques, siendo los bots maliciosos, los ataques a servidores DNS y los ataques de ransomware los más comunes. El 51% contrató un proveedor de servicios externo para resolver el ataque, el 39% instaló parches de seguridad y el 25% instaló una copia de seguridad.

PrestaShop ha dado a conocer los resultados de su última encuesta realizada entre las tiendas Million Club, que reúne a los clientes que generan más de un millón de ventas al año, y que revela que el 46% de los comerciantes ha sido víctima de un ciberataque. En el caso de España, las cifras superan la media mundial, ya que el 53% de los comerciantes afectados tuvo que hacer frente a varios tipos de ataques. Un 60% de los encuestados considera que el número de ataques está creciendo.

[El 46% de los comerciantes online ha sido víctima de un ciberataque](#) | Seguridad | IT Reseller



¿Qué es la ingeniería social?

52.086 visualizaciones...

 871

 NO ME GUSTA

 COMPARTIR

 GUARDAR ...

¿Qué es la ingeniería social? - YouTube

CASOS REALES



Diario de Sevilla

SEVILLA

SEVILLA PROVINCIA ANDALUCÍA ESPAÑA ECONOMÍA SOCIEDAD DEPORTES CULTURA COFRADÍAS OPINIÓN ☰ TODAS LAS SECCIONES

SEVILLA VIVIR JUZGADO DE GUARDIA RUTAS DE SENDERISMO

SEMANA SANTA El nuevo orden del Domingo de Ramos

SEVILLA

El ataque del intermediario, la estafa en la que ha caído el Ayuntamiento de Sevilla

- Unos cibercriminales lograron interceptar las comunicaciones entre Urbanismo y una empresa adjudicataria, a la que luego suplantaron
- Este tipo de timo, conocido en inglés como 'Man in the Middle', ha afectado ya a decenas de entidades en España



Las luces de Navidad, contrato en el que se ha detectado la estafa. / JUAN CARLOS MUÑOZ

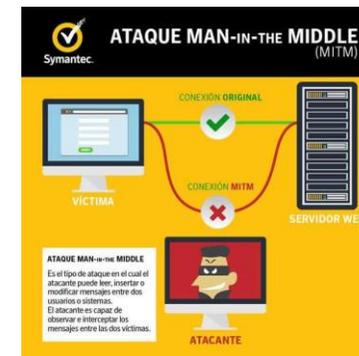
REDACCIÓN

21 Septiembre, 2021 - 13:13h



En el caso que está investigando la Policía Nacional, todo apunta a que los cibercriminales interceptaron las comunicaciones del Ayuntamiento de Sevilla y la empresa adjudicataria del contrato de la iluminación navideña. Lo hicieron probablemente mediante la introducción de un virus informático.

Luego suplantaron la identidad de la empresa y lograron que el Ayuntamiento abonara el contrato no a la cuenta de la empresa real, sino a otra controlada por ellos. Para poder cobrar o mover luego este dinero, generalmente hace falta una mula económica, un hombre de paja que, a cambio de un beneficio económico, ponga su nombre a la cuenta a la que se hace el pago. La cantidad estafada es de 962.797 euros.



CASOS REALES



Publicado el
12/05/2017

Importancia : Alta

Malware

Ransomware

Importante oleada de ransomware afecta a multitud de equipos



[Importante oleada de ransomware afecta a multitud de equipos | Oficina de Seguridad del Internauta \(osi.es\)](https://www.osi.es)

CASOS REALES



De Agencia Tributaria <support@agenciatributaira.freshdesk.com> ☆
Asunto **Fwd: Nuevo mensaje || 752886301049**
A [redacted]@ [redacted] ☆

La cuenta de correo no pertenece a la Agencia Tributaria


Agencia Tributaria

Usted tiene un reembolso de impuestos, de 350.16 Euro

Estimado contribuyente,

1 - Ingrese su información de contacto.
Para enviar la solicitud electrónicamente, complete la información. Cuando se complete el formulario, se le pedirá que confirme que toda la información en el formulario es correcta.

2 - Tratamiento fiscal.
La información que ingrese y el formulario de solicitud completo se envían a Agencia Tributaria a través de una conexión segura y encriptada, y otros no podrán ver la información.

solo complete el formulario a continuación y nos contactaremos con usted lo antes posible.
(Su número de archivo es: 5163_17) : [haga clic aquí.](#)

Gracias por su cooperación,
Agencia Tributaria.

Enlace a la página web fraudulenta

Redacción extraña

CASOS REALES



¡Atención! Se han detectado varias campañas de smishing que suplantan a entidades bancarias

Publicado el 10/10/2022

Smishing SMS

Importancia : Alta

Nuevo dispositivo conectado a su banca online, si no reconoce dicha accion verifique inmediatamente: [redacted]

Nuevo dispositivo conectado a su banca online, si no reconoce dicha accion verifique inmediatamente: [redacted]

Leido [redacted]

Su tarjeta ha sido limitada temporalmente por razones de seguridad, para reactivarla, actualice su informacion [redacted]

CAIXABANK INFORMA
Acción requerida en tu tarjeta, se han detectado movimientos inusuales, activa el nuevo sistema de seguridad antes del 03/09/2022 a través del siguiente enlace para evitar el bloqueo de tus cuentas y tarjetas [redacted]

Hemos detectado movimientos inusuales en su aplicacion, por prevencion si no ha sido usted confirmelo en nuestra web: [redacted]

Ibercaja Banco [servicio al cliente] :
Apartir del 23/09/2022 No puedes utilizar su Tarjeta. Tienes que activar el nuevo sistema de seguridad: [redacted]

Openbank: Codigo de confirmacion [redacted] para confirmar el acceso a Openbank.

hoy, 20:30

AVISO: Se ha conectado un nuevo dispositivo. Si no reconoce este acceso verifique mediante: [redacted]

Centro de ayuda Banco Santander.
A partir del 31/08/2022 no podra utilizar su tarjeta debido a cambios en la politica de seguridad. Acceda al link para proceder con la activacion [redacted]



[¡Atención! Se han detectado varias campañas de smishing que suplantan a entidades bancarias | Oficina de Seguridad del Internauta \(osi.es\)](https://www.osi.es)



CASOS REALES


Ejemplo de fraude telefónico
Compartir



"Debemos estar alerta frente a peticiones extrañas. No debemos proporcionar información si no estamos absolutamente seguros de la persona que está al otro lado, y nunca dar credenciales de acceso. Como podemos oír en el audio, el usuario que recibe la llamada proporciona su clave y acceso remoto a su equipo a una desconocida que aunque dice ser del departamento de Informática, no lo demuestra en ningún momento."

MÁS VÍDEOS

▶ 🔊 0:02 / 2:23
📄 ⚙️ YouTube 🗄️

Ejemplo de fraude telefónico
16.178 visualizaciones...
👍 77
👎 NO ME GUSTA
➦ COMPARTIR
≡ GUARDAR
...



INCIBE

39.900 suscriptores

SUSCRIBIRME

La ingeniería social es el elemento más utilizado por los ciberdelincuentes. Habitualmente sus ataques nos suelen llegar a través del correo electrónico pero también usan otros canales como el telefónico. En este audio podemos comprobar cómo una ciberdelincuente es capaz de conseguir información crítica de un empleado de una empresa.

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

SECTORiza2 Comercio minorista



[Protección de la información | INCIBE](#)

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

CONTROL DE ACCESO



- 1 Política de control de accesos.
- 2 Gestionar los permisos de usuario.
- 3 Hacer revisiones periódicas.

- Reduce la posibilidad de filtraciones de información.
- Se reducen las pérdidas accidentales por errores de usuarios.
- Mejora el control sobre la información de la organización.

[Protección de la información | INCIBE](#)

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

COPIAS DE SEGURIDAD



- 1 Realizar y hacer pruebas de recuperación.
- 2 Utilizar un almacenamiento externo para su almacenamiento.
- 3 Documentarlas.

- Evita la pérdida de información.
- Facilita la respuesta frente a contingencias.
- Garantiza restaurar estados anteriores en entornos críticos.

[Protección de la información | INCIBE](#)

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

CIFRADO DE INFORMACIÓN



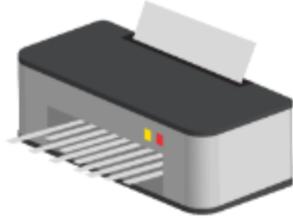
- 1 Portátiles.
- 2 Soportes de copia.
- 3 Información sensible.

- Protege los datos ante ataques informáticos y virus.
- Evita que la información se pueda manipular, especialmente durante el tránsito de soportes.
- Evita fugas de información si se pierden los soportes.
- Reduce la difusión no autorizada de información.
- Es un requisito legal para ciertos tipos de información.

[Protección de la información | INCIBE](#)

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

ELIMINACIÓN DE INFORMACIÓN



- 1 Borrado seguro.
- 2 Desechado controlado de soportes.

- Evita que se difunda información almacenada en soportes antiguos.
- Imposibilita el acceso a los datos eliminados.
- Garantiza restaurar estados anteriores en entornos críticos.

[Protección de la información | INCIBE](#)

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

LIMITAR EL USO DE HERRAMIENTAS NO CORPORATIVAS



- 1 Almacenamiento online.
- 2 Correo electrónico personal.

- Evita que el proveedor pueda acceder a información sensible.
- Evita fugas de información si se compromete el servicio utilizado.
- Limita el robo y pérdida de información al reducir el acceso desde fuera de la organización.

[Protección de la información | INCIBE](#)

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

CLAUSULADO LEGAL



- 1 Confidencialidad.
- 2 Datos personales.

- Mitiga el riesgo de que empleados o terceros hagan el uso inadecuado de la información.
- Mejora el tratamiento de la información.
- Es un requisito legal para los datos personales.

[Protección de la información | INCIBE](#)

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

CONTRASEÑAS

number of Characters	Numbers only	Upper or lower case letters	upper or lower case letters mixed	numbers, upper and lower case letters	numbers, upper and lower case letters, symbols
3	Instantly	Instantly	Instantly	Instantly	Instantly
4	Instantly	Instantly	Instantly	Instantly	Instantly
5	Instantly	Instantly	Instantly	3 secs	10 secs
6	Instantly	Instantly	8 secs	3 mins	13 mins
7	Instantly	Instantly	5 mins	3 hours	17 hours
8	Instantly	13 mins	3 hours	10 days	57 days
9	4 secs	6 hours	4 days	1 year	12 years
10	40 secs	6 days	169 days	106 years	928 years
11	6 mins	169 days	16 years	6k years	71k years
12	1 hour	12 years	600 years	108k years	5m years
13	11 hours	314 years	21k years	25m years	423m years
14	4 days	8k years	778k years	1bn years	5bn years
15	46 days	212k years	28m years	97bn years	2tn years
16	1 year	512m years	1bn years	6tn years	193tn years
17	12 years	143m years	36bn years	374tn years	14qd years
18	126 years	3bn years	1tn years	23qd years	1qt years



[Las 20 contraseñas más usadas en España. | Derecho de la Red](#)

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

CONTRASEÑAS

TUS CONTRASEÑAS DEBEN SER...



SECRETAS



ROBUSTAS



NO REPETIDAS



CAMBIADAS PERIÓDICAMENTE

KASPERSKY
SECURE PASSWORD CHECK

⚠ Kaspersky Lab no guarda ni almacena tus contraseñas
No introduzcas tu contraseña real. Este servicio solo tiene fines educativos.



Test your password

..... *

⚠ **Contiene palabras muy usadas**

Tu contraseña puede ser descifrada con un ordenador común en

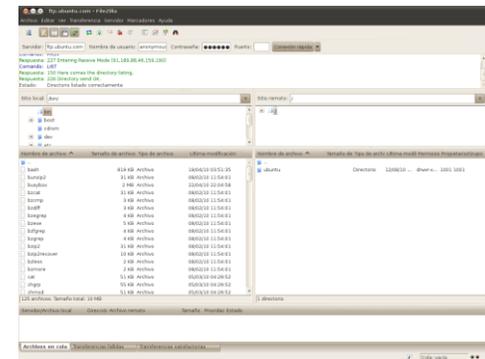
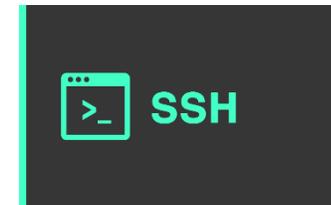
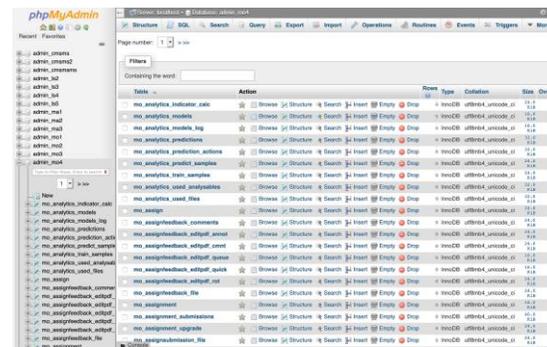
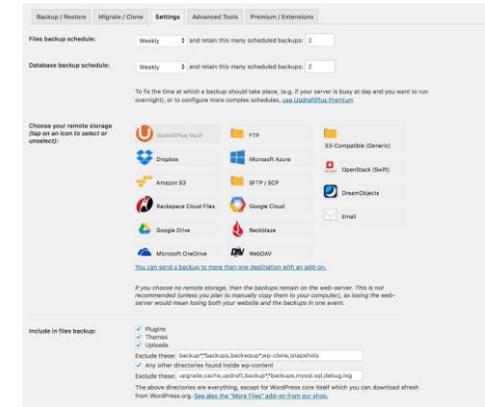
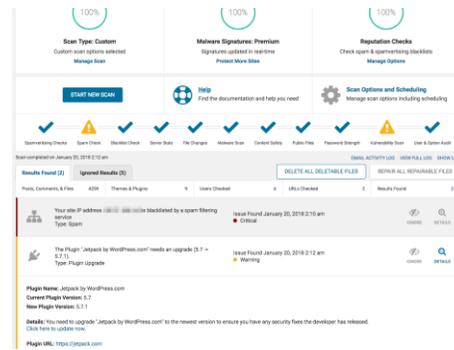
7 HORAS

Es el tiempo que necesitas para recorrer 647 km en tu Ferrari nuevo

<https://password.kaspersky.com/es/>

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

SOFTWARE PARA LA SEGURIDAD DE LA WEB



SEGURIDAD DE NUESTRA WEB



Protege tu Empresa

Pago seguro: ¿Cuál de estas dos empresas eres tú? (actualización)

[Pago seguro: ¿Cuál de estas dos empresas eres tú? \(actualización\) - YouTube](#)



TU AYUDA EN CIBERSEGURIDAD



**Nuevo horario de atención
de 08:00 am a 11:00 pm, los 365 días del año.**



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD



**Teléfono
017**



**WhatsApp
900 116 117**



**Telegram
@INCIBE017**



**Formulario
web**

www.incibe.es

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD



[Agencia Española de Protección de Datos | AEPD](#)

[INCIBE |](#)

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

Te ayudamos a cumplir con la normativa de protección de datos



La Agencia ofrece herramientas gratuitas como [Facilita_RGPD](#) y [Facilita_Emprende](#) para asistir en el cumplimiento de la normativa a aquellos que tratan datos de escaso riesgo.

[MÁS INFORMACIÓN](#)

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

9 DE FEBRERO DE 2022

La herramienta de ayuda al cumplimiento Facilita_RGPD alcanza el millón de descargas

- La herramienta Facilita_RGPD es el recurso de la Agencia Española de Protección de Datos más utilizado por empresas y profesionales junto a la Guía de cookies
- Orientada a tratamientos de escaso riesgo, está planteada como un cuestionario online con una duración máxima de 20 minutos y permite obtener la documentación inicial para orientar en el cumplimiento de la normativa

[La herramienta de ayuda al cumplimiento Facilita RGPD alcanza el millón de descargas | AEPD](#)

MEDIDAS DE PREVENCIÓN

SUSCRIPCIÓN
BOLETINES





INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD

English | Contacto | Tu Ayuda en Ciberseguridad | Agenda | Sala de prensa | Encuestas | Mapa web

PORTALES
INCIBE 

tu empresa ▾
Eventos ▾
Otras actividades ▾
Conoce INCIBE ▾
España Digital 2026 ▾


Inicio / Protege tu empresa / SEctoriza2 / SEctoriza2 Comercio minorista

- ◆ Avisos de seguridad
- ◆ Blog
- ◆ Te Ayudamos
- ◆ SEctoriza2
 - ◆ Servicios profesionales
 - ◆ Asociaciones
 - ◆ Comercio mayorista
 - ◆ Educación
 - ◆ Salud
 - ◆ Turismo y ocio
 - ◆ Construcción
 - ◆ Industria
 - ◆ Logística
 - ◆ Comercio minorista
- ◆ TemáTICas

SEctoriza2 Comercio minorista



Bazares, quioscos, papelerías, tiendas de ultramarinos, fruterías o zapaterías son solo algunos ejemplos de comercios minoristas. Estas empresas, en su mayoría micropymes y autónomos, son además objetivos fáciles de atacar por los ciberdelincuentes. Cuando una empresa de este sector sufre un fraude, una infección por *malware* u otro incidente de seguridad, las consecuencias pueden suponer el fin para el negocio.

Para evitar situaciones que puedan afectar a la continuidad de tu empresa, te mostraremos los pasos que debes tener en cuenta para proteger la información y los sistemas que la gestionan, así como otros aspectos generales de la ciberseguridad.

Lo que no se mide no se puede mejorar. El primer

SEctoriza2 Comercio minorista | INCIBE

COMERCIO MINORISTA

CIBERSEGURIDAD PARA TU SECTOR



¿Sabrías cómo evitar situaciones que puedan afectar a la seguridad de la información y sistemas de tu empresa?

Sigue los siguientes pasos.

01



Identifica los riesgos que acechan a tu negocio.

Utilizar nuestra **Herramienta de Autodiagnóstico**. Análisis de riesgos en 5 minutos.

02

03

Previene

Fugas de información, ransomware, suplantaciones de identidad de clientes o proveedores...

Algunas de las **amenazas más comunes** tienen su origen en el correo electrónico.



Suscribirte a nuestro **servicio de Boletines**.
Recibirás un correo cada vez que se publique un aviso de seguridad.

[Comercio-minorista \(incibe.es\)](https://comercio-minorista.incibe.es)

Fórmate y conciénciate en ciberseguridad.

Conocer cómo tratar la información y los sistemas que la gestionan de forma segura es clave para evitar incidentes de seguridad.

Herramienta 1.

Formación sectorial mediante vídeos interactivos.



Herramienta 2.

Entrena a tu equipo en la respuesta a incidentes con nuestro juego de rol.



04

05

Protégete ante las amenazas en la red.



[Comercio-minorista \(incibe.es\)](https://incibe.es)



[Comercio-minorista \(incibe.es\)](https://www.incibe.es/comercio-minorista)



Talleres de ciberseguridad

▶ Aprende todo lo que necesitas sobre ciberseguridad a nivel básico

[Oficina de Seguridad del Internauta | \(osi.es\)](#)

MEDIDAS DE PREVENCIÓN



Servicio AntiBotnet

Usa el **servicio online**
y obtén respuesta al instante

 **Chequea tu conexión**

[¿Cómo funciona el servicio de chequeo?](#)

ó

Descarga el **plugin para tu navegador**
y te avisamos automáticamente



[¿Cómo funciona el servicio de plugin?](#)



CONAN
m o b i l e

ANTIRROBO,
SEGURIDAD Y
PROTECCIÓN DE
ACCESO



PRIVACIDAD Y
SEGURIDAD DE
DATOS



MANTENIMIENTO



PROTECCIÓN,
ANÁLISIS Y
DESINFECCIÓN



AYUDA A EMPRESAS Y PYMES



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD



LinkedIn

Semana 10 - 14 de noviembre

¿Qué es Linked-In? – Un poco de historia

¿Qué buscamos en Linked-In?

Claves para crear un perfil

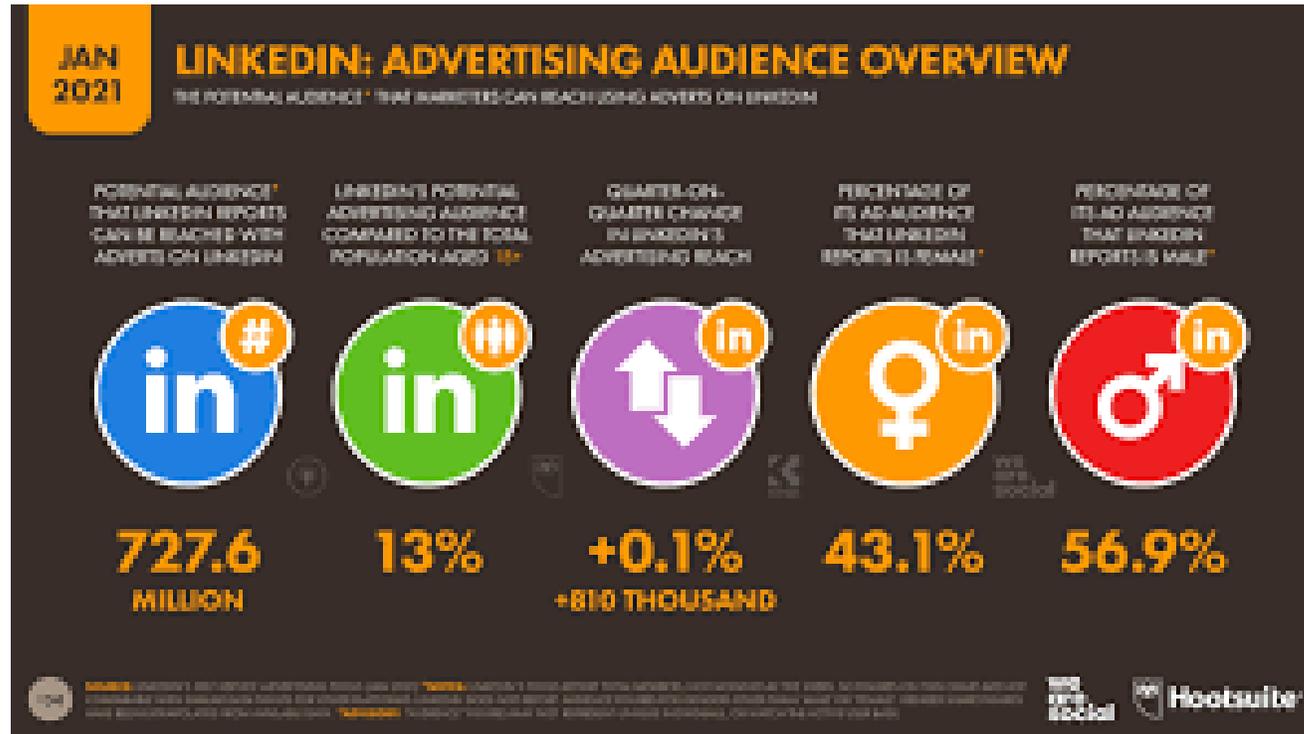
Uso y funcionamiento

Cómo publicar

Tipos de contactos

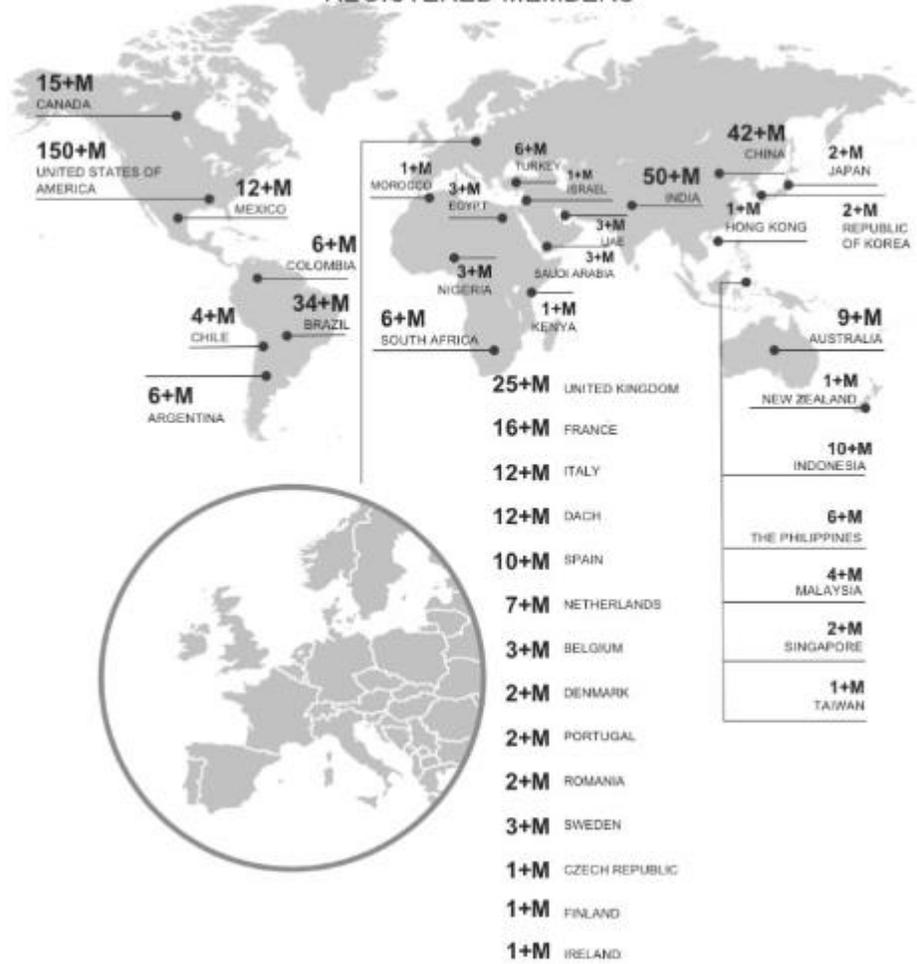
Otras soluciones

Conclusiones



575,000,000+

REGISTERED MEMBERS



Fuente: Osman, 2019.

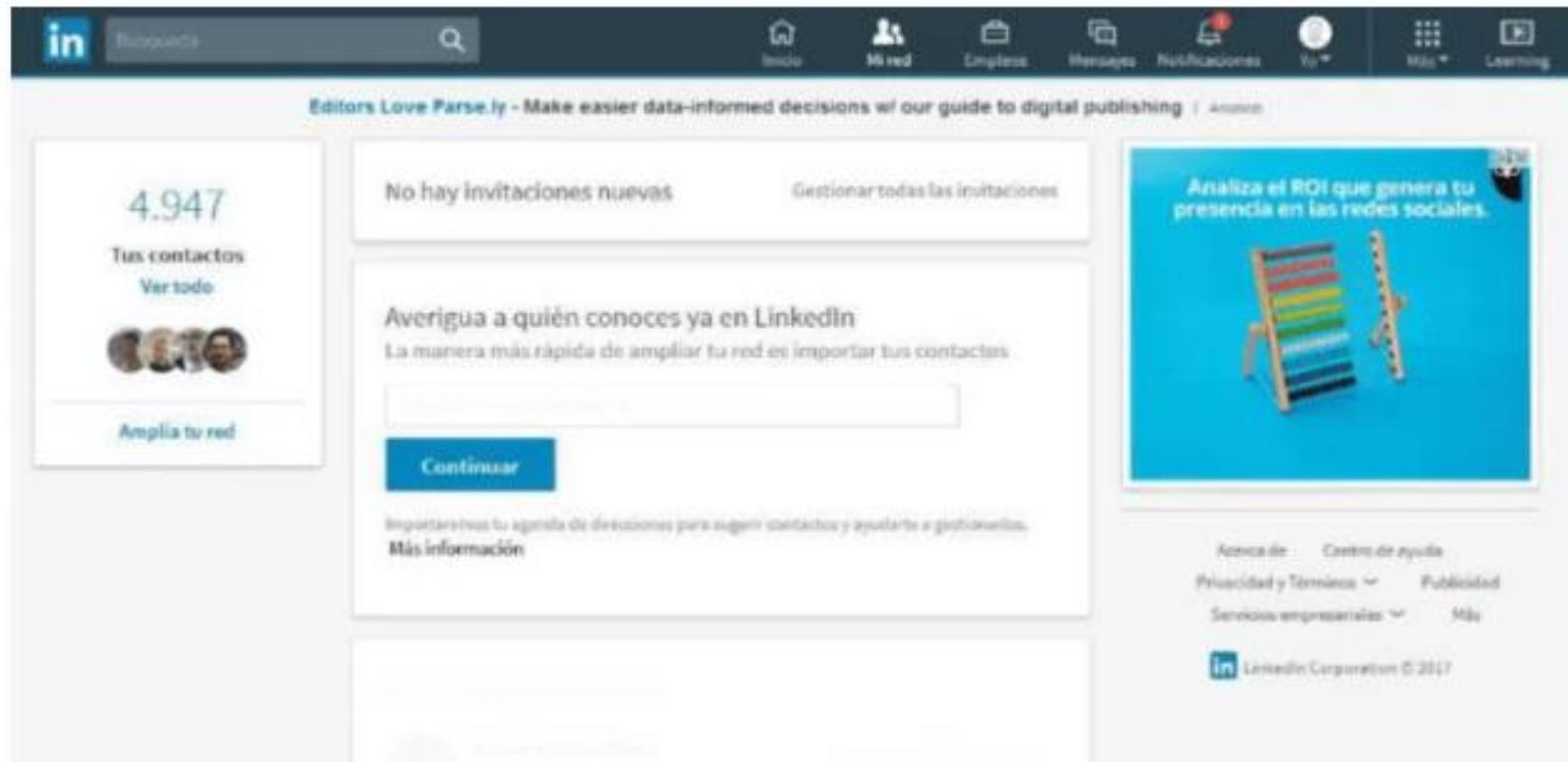
¡Te damos la bienvenida
a tu comunidad
profesional!

 [Mostrar](#)

[¿Has olvidado tu contraseña?](#)

Iniciar sesión





Encuentra a los candidatos adecuados más rápido

Descubre cómo te pueden ayudar LinkedIn Recruiter y la red activa de LinkedIn.

Anuncia en LinkedIn

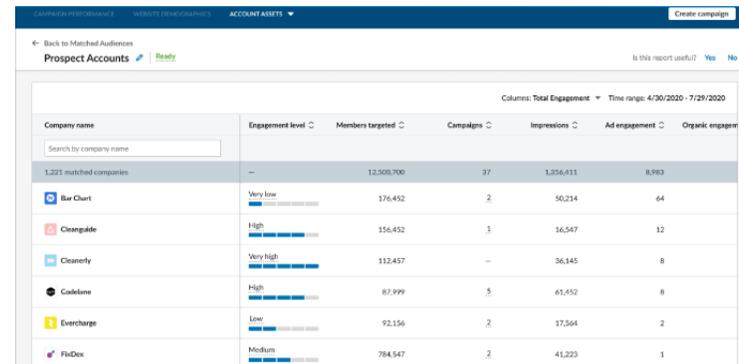
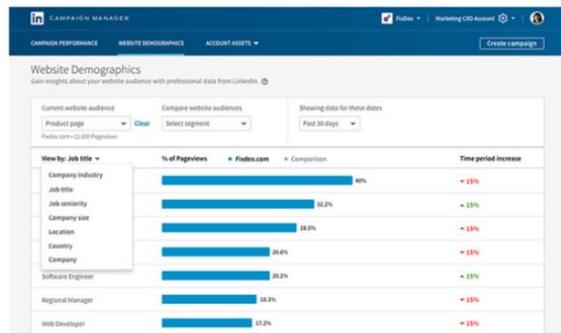
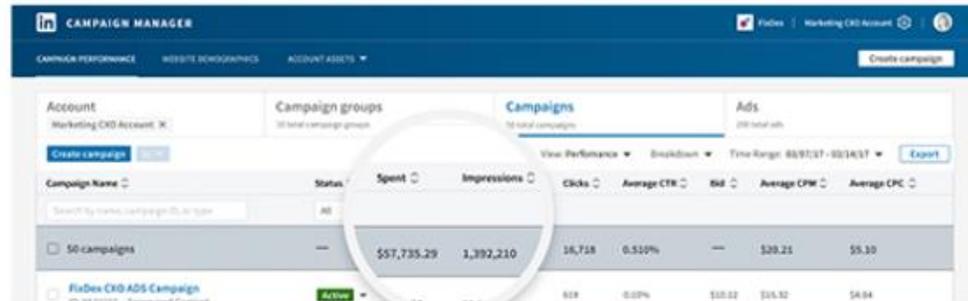
Llega a tus clientes ideales en la mayor red profesional del mundo

Crear anuncio

Sponsored Content

Llega a un público de profesionales e interactúa con ellos en el feed de LinkedIn.

Crear anuncio



+17%

Aumenta tu tasa de éxito un 17 % al guardar posibles clientes en Sales Navigator

+42%

Consigue acuerdos un 42 % más grandes al usar Sales Navigator para conectar con los responsables de las decisiones

+15%

Aumenta tu base de datos en un 15 % al usar Sales Navigator para encontrar clientes

LinkedIn Sales Navigator

LINKED-IN ES LA RED SOCIAL DE LOS PROFESIONALES

Herramienta eficaz y eficiente para:

- 1 - Posicionamiento y ser referencia en nuestro sector
- 2 - Mejora profesional / búsqueda de talento
- 3 - Aprendizaje (elearning + contactos)
- 4 - Networking de calidad, nacional e internacional



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

¡Gracias!



unión de
comerciantes
Principado de Asturias



gijón
Transforma
2021-2023



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



Ayuntamiento de
Gijón/Xixón

