

AVANZA AUTÓNOM@S

**ASESORAMIENTO PERSONALIZADO
PARA PROFESIONALES AUTÓNOMOS**

#ASESORAMIENTOAUTÓNOMOS



GUÍA HERRAMIENTAS Y RECURSOS DIGITALES

Presentación

En su actividad diaria los trabajadores y trabajadoras autónomas, soportan altísimos costes para desarrollar las actividades económicas, la elevada presión fiscal, costes de alquileres, suministros, etc. Por ello, es positivo aprender a encontrar y utilizar herramientas que internet ofrece de forma gratuita y sin necesidad de ser expertos en el uso de las tecnologías, con el objetivo de incrementar la competitividad y productividad.

Encontramos una gran variedad de soluciones TICs, gratuitas en muchos casos, que se pueden adaptar a las necesidades de cada negocio. El problema es no saber cuál escoger entre un escaparate tan amplio y diverso, incluso en ocasiones no conocen dónde localizarlas.

La finalidad de las TICs es facilitarnos la vida diaria, ya sea de manera personal o profesional y poder obtener resultados en un corto periodo de tiempo. Las ventajas de su uso las encontramos no sólo en el ahorro en costes, sino también en el ahorro de tiempos, como por ejemplo ocurre con los trámites que en la actualidad se pueden hacer de forma telemática, o el uso compartido de documentos que evita gastos de mensajería y desplazamientos. Hoy en día es posible trabajar desde cualquier lugar del mundo y a cualquier hora. Esto no significa que todo el funcionamiento del negocio se base en las TICs, sino que es aconsejable adaptarlas a las necesidades concretas para ser más eficientes y competitivos.

En esta guía, que pertenece al proyecto “Avanza Autónom@s”, desarrollado por UPTA PV y subvencionado por la Consellería de Educación, Cultura, Universidades y Empleo de la Generalitat Valenciana se muestran una serie de recursos y herramientas basadas en las nuevas tecnologías para incrementar la productividad. Se analizarán y clasificarán en función de su finalidad para poder utilizarlas en base a las necesidades de cada actividad profesional.

Presidente UPTA PV

Eduardo Abad Sabarís

ÍNDICE

1. Herramientas de búsqueda
2. Herramientas de comunicación
3. Banco de imágenes.

1.Herramientas de busqueda

A menudo se utilizan herramientas de búsqueda muy populares, como Google o Bing, pero lo que interesa es saber analizar, evaluar y seleccionar la información que aporte valor. Por ejemplo, para abrir un determinado comercio en una ciudad, seguramente se realizará una búsqueda en internet para analizar, entre otros aspectos, la competencia o las calles más comerciales.

Si bien sería imposible analizar todas y cada una de las herramientas que existen, a continuación, se exponen las más útiles:

Los motores de búsqueda horizontales o genéricos

Los motores de búsqueda, o “buscadores”, son sistemas informáticos que buscan archivos almacenados en servidores web gracias a su “spider” (araña web). No cabe duda de que el líder de los motores de búsqueda horizontales o buscadores es Google.com, que acapara hasta un 90% de todas las búsquedas que se hacen en internet. Estos buscadores rastrean la red y van posicionando los resultados en un ranking basado en una serie de parámetros contenidos en su algoritmo.

Además de Google existen otros buscadores populares, como por ejemplo Yahoo, AltaVista, Bing, Ask o Wikipedia.



Los motores de búsqueda verticales, singulares o temáticos.

Se trata de buscadores especializados en un tema en concreto. Estos buscadores envían sus robots o arañas a un número limitado de webs sobre un tema específico. Esto hace que la información que se muestra en el ranking sea más especializada en el sector en el que estamos buscando. Adicionalmente, un buscador vertical ofrece a los usuarios mecanismos de búsqueda avanzada específicamente diseñados para el sector. Estos buscadores no son tan famosos, pero existen sobre infinidad de materias: música (allmusic.com), finanzas (buscafinanzas.com), fotos, ciencias (academic.research.microsoft.com), datos económicos, datos estadísticos, noticias, recursos didácticos (educaweb), etc.

educaweb

Los directorios de preguntas y marcadores sociales.

Aunque el servicio más conocido es el de Yahoo Answers, un directorio de preguntas puesto en marcha por Yahoo, existen otros ejemplos de marcadores sociales como pueden ser Digg.com, Reddit.com o el servicio de listas musicales Spotify. Se trata de servicios online en los que se pueden almacenar enlaces web organizándolos en base a categorías o etiquetas. Es un servicio similar al de guardar páginas en “favoritos” pero teniendo toda la información en cualquier dispositivo con conexión a internet.

Estos directorios además pueden compartirse con otros usuarios o bien utilizar aquellos que han sido creados por otros usuarios y permiten búsquedas y suscripciones.



Los metabuscadores.

Los metabuscadores son comúnmente llamados “buscador de buscadores”. Se trata de sistemas que realizan rastreos en los motores de búsqueda más usados. Carecen de bases de datos propias y usan las de otros buscadores, mostrando una combinación de las mejores páginas que ha devuelto cada uno, es decir, una combinación de los mejores resultados de búsqueda.



Los metabuscadores ofrecen una mayor cantidad de resultados que los buscadores normales pues mientras que éstos últimos rastrean en una búsqueda un 15% de las webs existentes, utilizar un metabuscador supone realizar una búsqueda mucho más exhaustiva.

A la hora de utilizar los metabuscadores hay que tener en cuenta las diferentes estrategias de búsqueda que tiene cada uno. Muchas veces el orden de los resultados no tiene en cuenta la relevancia y los muestra según otros criterios como la coincidencia de palabras claves, velocidad de carga de la página, temática... Aunque son muy útiles para aportarnos puntos de vista distintos en cuanto a los resultados de una búsqueda.

Algunos ejemplos de metabuscadores son Turbo10, Ixquick, Rastreator o Trivago.

Tendencias de búsqueda o Google Trends.

Google Trends es una herramienta gratuita que muestra los términos de búsqueda más populares en el propio Google, permitiendo hacer comparaciones entre palabras y frases.

Puede ser útil conocer qué productos son los más buscados dentro del campo que vaya a abordar, o, por ejemplo, si se quiere realizar una campaña publicitaria, se puede utilizar para elegir los términos clave a usar.



Google Trends permite comparar hasta 5 términos de búsqueda y filtrar por geografía, período de tiempo, categorías y por el medio de búsquedas, es decir, si la búsqueda se ha producido en el buscador general de Google, en Google Noticias, búsqueda de imágenes, búsqueda en YouTube, o en Google Shopping.

Todos estos filtros permiten tener más precisión en los análisis y ser capaz de tomar decisiones acertadas. Google Trends ofrece información acerca de las búsquedas relacionadas con una palabra clave, ordenando esta información con un sistema de valores absolutos y también muestra términos relacionados cuyas búsquedas han aumentado.

2.Herramientas de comunicación

La comunicación debe llevarse a cabo de la manera más rápida y efectiva posible en función de las necesidades del negocio. Según la forma de comunicarnos elegida, se pueden elegir unas herramientas u otras.

Herramientas de comunicación personal.

Las herramientas de comunicación personal tradicionales han sido el teléfono y el correo postal, pero internet y los teléfonos inteligentes han cambiado mucho la forma de comunicarnos en la actualidad, tanto a nivel personal como profesional.

Una de estas herramientas es **el correo electrónico o e-mail**, un medio de comunicación por excelencia en negocios y empresas. El correo electrónico se puede utilizar desde la oficina, desde casa, desde un Smartphone, en definitiva, desde cualquier lugar del mundo con conexión a internet. Esta herramienta permite enviar texto y cualquier tipo de archivos, llegando a nuestro interlocutor en cuestión de segundos. Aunque el correo ordinario sigue vigente, el correo electrónico lo ha sustituido en muchos casos, ya que es mucho más rápido y económico.

El correo electrónico nos ofrece multitud de ventajas, destacando, entre otras, el quedar plasmado el registro de conversaciones entre las distintas partes, o el permitir adjuntar diferentes tipos de archivos, ya sean documentos, fotos, música, presentaciones, enlaces... y todo sin moverte de un mismo lugar. El correo se puede enviar a un único destinatario o a multitud de ellos, existiendo incluso de opción de enviar copias ocultas (CCO) a destinatarios no revelados.



Existen diferentes tipos de plataformas que ofrecen el servicio de correos electrónicos de forma gratuita. Google (Gmail), Yahoo, Hotmail, y mucho más. Con un simple nombre, seguido de una @, y de una extensión que varía según el proveedor se puede crear un correo electrónico de forma gratuita. El correo electrónico sirve también como potente herramienta comercial, el e-mail *marketing*.

Otras herramientas gratuitas basadas en el sistema IRC (Internet Relay Chat) permiten establecer contacto directo con personas y mantener conversaciones a través de imagen en vivo (videoconferencia). Una de las más conocidas es **Skype**. Para poder iniciar una videoconferencia sólo es necesario conexión a Internet y estar registrados en la aplicación a través de su cuenta de correo electrónico.



Otras aplicaciones de chat o conversaciones en línea son **Messenger**, que es el chat de Facebook, y **Hangouts**, **Google Meet**, que pertenecen a Google.



Implementar el uso de este tipo de estas herramientas conlleva un ahorro de costes y de tiempos, ya que permiten mantener reuniones de trabajo desde casa o desde el propio negocio con compañeros, proveedores o clientes sin necesidad de desplazarse a través del networking virtual.

Estas herramientas permiten tener presente en la pantalla del equipo a la persona o personas como estuvieran personalmente, permitiendo establecer una comunicación “cercana” y quizás más fiable que el propio correo electrónico, al no quedar las palabras o expresiones en un texto plano.

Dentro de este grupo de herramientas, como aplicación revolucionaria, **WhatsApp**, con la que surge una nueva forma de comunicación de mensajería instantánea, pudiendo enviar y recibir mensajes en vivo, imágenes, videos o sonidos. Es una aplicación que complementa a otros medios de comunicación, como a las llamadas o al correo electrónico. Se puede utilizar de manera personal y/ o colectiva. Muchos negocios lo utilizan como medio de difusión. A partir de grupos creados, se puede hacer publicidad de manera rápida y directa, ya que, con un simple mensaje desde un terminal móvil, ya sea texto, imágenes y/o música podemos hacerlo llegar a toda nuestra lista de contactos, un grupo o una lista de distribución.



Un ejemplo sencillo apota la utilidad de esta herramienta:

Un pescadero que va todos los días de madrugada a la lonja a comprar pescado. Una vez que termina la subasta y se dirige a su lugar de trabajo, a través de grupos de WhatsApp de clientes habituales, manda una relación de los productos adquiridos y su precio de venta, por lo que antes de colocar el pescado del día en los mostradores ya tendrá a los clientes informados. Estos, además, pueden ir encargando sus pedidos a través de simples mensajes gratuitos utilizando la misma aplicación.

En los últimos años **Telegram** es otra herramienta de mensajería instantánea, rápida, segura y rica en funcionalidades, muy usada en la actualidad, ofrece cifrado de extremo a extremo, chats secretos con autodestrucción de mensajes, y personalización avanzada de la privacidad, permite formar grupos de hasta 200.000 miembros, videollamadas, etc.



Se usa para la comunicación personal y de equipo, marketing, negocios, educación, entretenimiento, y atención al cliente.

La plataforma también ofrece almacenamiento en la nube, permitiendo el acceso a chats y archivos desde cualquier lugar y con cualquier dispositivo conectado a internet.

Herramientas de comunicación masiva

Se trata de *sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario*, es decir, se crea una comunidad virtual. Son las redes sociales, como Facebook, las plataformas para compartir fotos y videos, como YouTube o Instagram, los blogs, etc., que pueden definirse como lugares de trabajo colaborativos entre usuarios.

Una vez analizadas las redes sociales y otras plataformas de comunicación, veremos a continuación los **Blogs**, los cuales destacan como herramienta de comunicación masiva. Un blog, es una publicación en línea de historias que son presentadas en orden cronológico inverso, es decir, lo más reciente que se ha publicado es lo primero que aparece en la pantalla. Es muy frecuente que dispongan de una lista de

enlaces a otros blogs, a páginas para ampliar información, citar fuentes o hacer notar que se continúa con un tema. También suelen disponer de un sistema de comentarios que permiten a los lectores establecer una conversación con el autor y entre ellos acerca de lo publicado. No obstante, ésta es una opción que depende de la decisión que tome al respecto el autor del blog, pues las herramientas permiten diseñar blogs en los cuales no sea posible participar agregando comentarios.

El uso o tema de cada blog es particular, los hay de tipo: periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo (edu blogs), políticos, personales (variados contenidos de todo tipo) entre otros.

Es una herramienta para conseguir posicionamiento en los buscadores. Por ejemplo, en el caso de una tienda de móviles tanto física como online, lo ideal sería aparecer en los primeros puestos de los buscadores como venta online de terminales móviles, si se dispone de un blog en el sitio web, en el que se publican artículos relacionados con los móviles, valoraciones de las últimas novedades, se puede acceder a un mejor posicionamiento, más visitas y, probablemente, más compras.

Crear un blog no es una labor difícil. Hay multitud de servicios disponibles en la red para hacer blogs, dedicando un poquito de tiempo y siguiendo los pasos, es posible crear un blog adecuado a las necesidades del negocio. Para crear un Blog, hay diferentes plataformas:

Blogger es un servicio gratuito de Google que permite crear y publicar en línea. Para crear un blog sólo se necesita una cuenta de gmail. Publicar contenidos es fácil e intuitivo, no es necesario instalar ningún programa ni tener conocimientos de programación.

Al crear un blog, el dominio será, por ejemplo: tunombre.blogspot.com. El sitio para crear un blog de Blogger es, <http://www.blogger.com/>.



Los blogs alojados en Blogger están normalmente alojados en los servidores de Google dentro del dominio blogspot.com.

WordPress, por su parte, permite crear un blog de forma gratuita con un nombre del dominio "tunombre.wordpress.com".



WordPress cuenta además con un gestor de contenidos, por si además del blog se gestiona la propia web, pero para hacerlo se necesitan algunos conocimientos más, además de tener que comprar un dominio y hosting. Puedes crear tu blog en WordPress en la dirección <http://wordpress.org/>

Herramientas de comunicación Multimedia

Otra forma de difundir una actividad de negocio es mediante videos, fotos, etc., ya que existen diferentes plataformas que nos permiten publicar contenidos multimedia. Las más importantes son: YouTube, Slideshare, Flickr, SoundCloud, Prezi y Scribd.

	<p>Una plataforma que permite crear y subir videos en un canal personalizado. Con un poco de conocimiento en edición de video, esta herramienta puede dar un valor añadido a un negocio, actividad o producto. Se puede acceder en http://www.youtube.com.</p>
	<p>Es una aplicación que permite grabar, editar y compartir videos cortos con la posibilidad de añadir fondos musicales, efectos de sonido y filtros o efectos visuales, se utiliza para promocionar productos o servicios o publicar contenidos para aumentar seguidores.</p>
	<p>Flickr es un sitio web que permite almacenar, compartir y buscar fotografías y videos a través de internet. Permite subir y editar fotos por medio del ordenador o teléfono móvil, a la vez que se pueden crear álbumes para poder organizarlas. Mediante tags (etiquetas), se pueden buscar y visualizar fotos de otros usuarios.</p> <p>Como todas las aplicaciones y herramientas que estamos viendo, Flickr también tiene una parte gratis y otra de pago. Sólo la cuenta de pago permite subir videos. Esta herramienta de fotografía puede ser muy útil si es necesario disponer de catálogos de los productos o para mostrar imágenes a clientes, con ayuda de una Tablet o portátil para mostrar toda la información y siempre actualizada, ahorrando así altos costes de impresión.</p> <p>Para crear una cuenta en Flickr, sólo tenemos que poner en la barra de direcciones del navegador la url https://www.flickr.com/, y rellenar los campos con nuestros datos.</p>
	<p>Si se necesita una presentación para una reunión o para presentar un producto a un cliente, Prezi permite con facilidad, crear y realizar presentaciones diferentes y muy profesionales. Permite además conectar diferentes presentaciones o hacer zoom en los detalles para que estos destaquen.</p> <p>Prezi también tiene la opción de pago y la gratuita. El único inconveniente es que la versión gratuita los prezis se podrán ver públicamente, buscar y reutilizar. No obstante, prueba hacer contenido interesante y que la comunidad lo comparta.</p> <p>Se puede acceder a Prezi a través de: https://prezi.com/es/</p>

Herramientas para trabajo en grupo

- Herramientas como **Google Drive** permiten trabajar y compartir archivos desde cualquier punto con un terminal móvil con conexión a internet. Partiendo de una cuenta de Gmail, se dispone automáticamente de 15 GB de espacio gratis de almacenamiento en la nube. Se pueden crear carpetas e ir subiendo archivos, a la vez que los compartimos con otros usuarios, sin tener que enviar una y otra vez el mismo archivo con las modificaciones realizadas.

Para abrir una cuenta en gmail, sólo hay que teclear www.google.es en la barra de herramientas del explorador de internet y seguir los pasos.

Tener los archivos en la nube tiene bastantes ventajas, como el ahorro en copias de seguridad, poder llevar los archivos, documentos y fotos siempre accesibles, pudiendo modificarlos en cualquier momento.

- Otra herramienta muy similar es **Dropbox**, que sincroniza tus equipos con la nube, pudiendo tener una copia de seguridad de tus archivos en todo momento y disponer de ellos a través de internet. Esta aplicación es muy eficaz a la hora de tener “el servidor en la nube”, www.dropbox.com.



- **Google Calendar.** Es una aplicación de Google que nos permite compartir agenda, acceder desde cualquier lugar con internet, recordar eventos, invitaciones, imprimir los calendarios y la visualización por días, semanas o meses, según nos convenga.

Una opción muy interesante es la opción del uso compartido del calendario, para una adecuada planificación y organización de agendas.



- **Google Docs:** es una aplicación de Google que permite crear documentos .PSD (Photoshop), .AI (illustrator), presentaciones de Powers point (power point), hojas de cálculo en Excel en línea, desde la web y junto con la opción de trabajar con otros usuarios al mismo tiempo. Dispone de hoja de cálculo, editor de formularios para realizar encuestas, realización de presentaciones y procesador de textos.

Es una herramienta muy útil para llevar la oficina o documentos en el móvil o tableta.

- **Zoom.** es una de las herramientas más usadas para las reuniones virtuales, permite realizar videollamadas, compartir pantalla y grabar reuniones, crear salas de espera o salas de trabajo para separar equipos. Se utiliza mucho en el ámbito profesional y para la formación online o eventos como webinars, conferencias, ferias virtuales, etc.

Una de las innovaciones, es que Zoom ofrece herramientas versátiles para que los equipos se comuniquen y colaboren con fluidez. La herramienta incluye mejoras en Zoom Team Chat, Pizarra, Rooms, haciendo que sea más fácil conectarse, mantener la organización y hacer el trabajo.



Herramientas para gestionar redes sociales

Es necesario estar en las redes sociales, pero no en todas, ya que hay que elegir la que mejor se adecúe a un negocio o actividad. Es preciso dedicar tiempo al negocio para maximizar beneficios, por lo que hay que optimizar al máximo los recursos. Observar la forma de actuar a nuestra competencia, detectar lo que demandan los usuarios o analizar lo que opinan del negocio es esencial antes de publicar en las Redes Sociales. Existen multitud de herramientas que facilitan el trabajo a diario en las redes, como Hootsuite, TweetDeck, SocialBro, etc.

- **¿Qué es HootSuite?**

Hootsuite es una plataforma online de gestión y seguimiento de las redes sociales. Permite consultar y publicar simultáneamente hasta en tres redes sociales diferentes en su versión gratuita. Su funcionamiento es muy sencillo e intuitivo, y permite ordenar y planificar mejor la actividad en las redes sociales.

Esta potente aplicación permite escribir y programar las publicaciones en cualquiera de las redes sociales, desde el mismo panel de control, eligiendo la redes o redes en las que se quiere publicar.



Una vez que decidido qué publicar y dónde, se puede programar a la hora que decida el equipo. También permite la opción de insertar en las publicaciones la ubicación personal, muy útil si por ejemplo estamos comentando la participación en un determinado evento.

Es posible consultar a través de un calendario las publicaciones que se puede programar, entre las publicadas y las que están pendiente de aprobación:

La versión gratuita permite gestionar hasta **3 redes sociales** a la vez. No sólo se puede añadir redes sociales, sino también apps desde la barra lateral "directorio de apps" y tan sólo tenemos que darle a "Instalar".

Hootsuite da la opción de analizar los datos. La versión gratuita es muy limitada en este caso, y nos facilita sólo el número de clics a nuestras URLs.

- **¿Qué es Audiense (SocialBro)?**

Si un negocio está en X, Audiense puede ser una herramienta muy útil, pues permite conocer a la comunidad. Como todas las que hemos visto hasta ahora, tiene una versión gratuita y otra de pago con el total de funcionalidades. Sin embargo, la versión gratuita puede ser de mucha utilidad.

Esta herramienta permite analizar los seguidores, las publicaciones, menciones, el número de retweets, las horas óptimas de publicación, o el seguimiento a perfiles específicos. Y todo esto monitorizado para poder mejorar la estrategia y seguir creciendo como profesional.

En el siguiente enlace puedes acceder a un manual más detallado de esta aplicación:

<http://es.socialbro.com/guia-de-usuario>

3.Banco de Imágenes

Para realizar un buen Post (publicación) se debe utilizar un texto simple, directo y siempre que sea posible acompañar las publicaciones con alguna imagen relacionada que haga el mensaje más vistoso. Según varios estudios, el cerebro procesa mucho antes las imágenes que los textos.

Haciendo referencia al punto anterior, según posicionamiento web.com si en un post se incluye texto con imágenes y vídeo podrá tener 48% más visitas que si sólo incluye el texto. De ahí la importancia del uso de imágenes en las redes sociales. Tristemente nos estamos convirtiendo en una sociedad vaga, en cuanto a lectura se refiere. Es por lo que esta forma de comunicarse no sólo está ganando fuerza en las redes sociales o en internet, sino que podemos ver ese tipo de prácticas, en cuanto al uso de imágenes se refiere, en la televisión, vallas publicitarias etc.; en las que suelen buscar una imagen para llamar la atención más que un simple texto.

En este sentido, hay que tener cuidado con el uso de imágenes y respetar la política de uso de estas. Si no disponemos de imágenes propias, podemos encontrar en la red multitud de portales que ofrecen descargas gratuitas. Algunas de ellas obligan a mencionar la fuente, pero otras no.

Veamos a continuación algunos ejemplos de bancos de imágenes:

- **Pixabay:** este portal proporciona imágenes libres de derechos sin necesidad de registro. Muchas de sus imágenes están publicadas bajo Creative Commons, licencia de dominio público CCO.



- **SXC.hu:** Es un portal en inglés, es posible acceder a la búsqueda de la foto acorde a una publicación a través de las categorías, por lo que es de fácil manejo. El buscador de SXC realiza a la vez búsquedas en otros bancos de imágenes, siendo estas siempre bajo la licencia Creative Commons.
- **MorgueFile:** Al igual que el portal anterior, no es necesario registrarse.



- **Openphoto:** En esta web se encuentran fotos organizadas a través de etiquetas y/o categorías sin necesidad de registro.



- **Fotos-gratis.es:** En esta web encontramos una gran variedad de fotos, organizadas a través de distintas categorías, totalmente gratuitas y en español.
- **Ajusta tu fotografía:**



Existen también diferentes portales para el caso en el que tengamos que retocar fotos, ya sea ajustar el tamaño o modificarla, como: Fotor (www.fotor.com/es/), o pho.to (<http://editor.pho.to/es/>).



- **Canva:** es una herramienta para el diseño de imágenes y publicaciones en redes sociales en sus diferentes formatos, ofrece la posibilidad de elegir plantillas y elementos gráficos para diseñar infografías, carteles, invitaciones, catálogos, etc. Podrás también construir tu propio catálogo de productos y servicios. Para empezar a usarlo accede en enlace <https://www.canva.com/>. Como en la mayoría de las aplicaciones que se han mencionado tiene utilidades gratuitas y otras con coste.



