

MONTA TU NEGOCIO ONLINE

MONTA TU NEGOCIO ONLINE

Enero 2018

Proyecto CECARM

Región de Murcia

El propietario de esta publicación y de su contenido es la Fundación Integra de Murcia, entidad del Sector Público Regional, coordinadora del Proyecto CECARM.

Queda expresamente prohibida su reproducción total o parcial y su uso con fines comerciales, divulgativos, formativos o cualesquiera otros ajenos a este proyecto sin expresa autorización del propietario.

www.cecarm.com

cecarm@cecarm.com

Índice

Introducción.....	1
Objetivos.....	2
Contenidos.....	3
Qué es emprender.....	3
Ideas y modelos de negocio online.....	10
Plan de viabilidad de nuestro negocio online.....	13
9 pasos para crear nuestro negocio online.....	17
Resumen.....	23
Recursos y bibliografía.....	24

Introducción

Montar un negocio online no es fácil. Hay muchos conceptos erróneos y muchas ideas equivocadas acerca de qué es un negocio online, cómo se monta y cómo se gana dinero con él.

En este taller se da una idea acerca de qué es emprender, los esfuerzos que hay que hacer, las ventajas e inconvenientes del emprendimiento. Además, se comentan casos reales de éxito y de fracaso para que el público juvenil objetivo sea consciente de la realidad del emprendimiento en el siglo XXI.

Internet es el principal altavoz para los jóvenes de hoy en día y a través de este medio muchas veces se transmite la idea de que emprender equivale a éxito garantizado.

En los últimos 10 años, y debido a la crisis económica que España y Europa han sufrido, muchas personas han sido empujadas al autoempleo, pero no a un autoempleo de calidad, sino a un autoempleo por necesidad. Esta generación de empleo no suele realizarse con un estudio previo de las necesidades del mercado y las capacidades del emprendedor, con lo que suele llevar a que sea precario o a que directamente fracase.

A lo largo del taller se muestran las bases necesarias para emprender un negocio online y los factores que influyen en que se pueda llevar a cabo o no.

Objetivos

Esta unidad didáctica tiene como objetivo presentar una visión general sobre los requisitos y las herramientas que capaciten al estudiante a validar su idea de negocio online, ver si se puede ejecutar y, en caso afirmativo, qué necesita para llevarla a cabo.

Contenidos

Qué es emprender

La clave a la hora de emprender está en la persona o las personas que realizan esa empresa. Pero, ¿qué es un emprendedor? Nada mejor para saber qué significa una palabra que buscar su definición en el diccionario de la lengua española de la Real Academia Española.

emprendedor, ra

1. **adj.** Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras. *Es una mujer muy emprendedora. Apl. a pers. u. t. c. s. Un negocio para emprendedores.*
2. **adj.** Propio de la persona **emprendedora**. *Carácter emprendedor.*

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

Habitualmente, a través de los medios de comunicación y las redes sociales, conocemos historias de éxito de emprendedores por lo que a veces se tiene la falsa expectativa de que toda aventura emprendedora tiene el éxito asegurado. Sin embargo, **el único lugar donde el éxito aparece antes que el trabajo es en el diccionario.**

Así pues, aunque se tenga la idea de que un emprendedor es una persona que tiene una vida de lujo y que el dinero le sobra y lo derrocha, la realidad de la mayoría de emprendedores es muy diferente: se ocupan de múltiples tareas, tienen jornadas interminables de trabajo sin un horario definido y no suelen desconectar del trabajo.

Tipos de emprendedor

Para intentar entender algo mejor el perfil de la persona emprendedora vamos a intentar caracterizar **8 tipos de emprendedores**: veremos sus características, tanto positivas como negativas, y un ejemplo de cada uno de ellos.

El visionario

Aspectos positivos:

- Es muy versátil.
- No tiene miedo a nada.
- Vocacional y pasional.

Negativos:

- No terminan lo que comienzan.
- Son dispersos.



*Ejemplo de emprendedor visionario:
Richard Branson de Virgin Group.*

Por necesidad

Aspectos positivos:

- Las circunstancias le mueven.
- Insatisfacción personal o laboral.
- Muy cautos, van poco a poco.
- Valoran el trabajo. Son constante y tenaces.

Negativos:

- Son “sufridores”.
- Su emprendimiento es su Universo.



*Ejemplo de emprendedor por necesidad:
Luciano Benetton de Benetton Group.*

El inversor

Aspectos positivos:

- El dinero les mueve. Los beneficios son su principal objetivo.
- Son muy positivos, siempre van hacia delante.
- Corren grandes riesgos.

Negativos:

- Poca implicación personal o emocional.



*Ejemplo de emprendedor inversor:
Donald Trump de Trump Organization.*

El buscador de oportunidades

Aspectos positivos:

- La oportunidad les mueve.
- Tienen una mente racional, analítica y crítica.
- Son muy versátiles: saben de todo, pero sin ser expertos en nada.

Negativos:

- Son demasiado analíticos.
- Fríos, racionales y poco cercanos.



*Ejemplo de emprendedora buscadora
de oportunidades: Teresa Olivares de
tutete.com.*

Por azar

Aspectos positivos:

- El azar les mueve.
- El mercado está preparado para su negocio.
- Son muy flexibles.

Negativos:

- El azar les mueve.
- No controlan todos los aspectos de su negocio.



*Ejemplo de emprendedor por azar:
Ricardo Fisas de Natura Bissé.*

El especialista

Aspectos positivos:

- Tienen un perfil muy técnico.
- Suelen ser autodidactas.
- Son individualistas.

Negativos:

- Son individualistas.
- Sus empresas tienen objetivos muy precisos.



*Ejemplo de emprendedor especialista:
Antonio González-Barros de Grupo
Intercom.*

El persuasivo

Aspectos positivos:

- Su capacidad de persuasión es infinita.
- Son líderes natos.
- Tenaces, nunca desfallecen.

Negativos:

- Negación de la realidad.
- Su proyecto es su Universo.



*Ejemplo de emprendedora persuasiva:
Elena Betés de Rastreator.com.*

El intuitivo

Aspectos positivos:

- Tienen una gran capacidad de intuición e innovación.
- Tienen una gran capacidad de escucha.
- Son todo pasión.

Negativos:

- Asumen muchos riesgos.
- El proyecto no siempre está claro.



*Ejemplo de emprendedor especialista:
Félix Tena Comadrán de Imaginarium.*

Motivos por los que fracasa una *startup*

La realidad del emprendimiento es que **el 90% de las empresas que se crean no superan el año de actividad**. Así que, para evitar entrar en este porcentaje, veamos cuáles son los **10 principales motivos por los que suelen fracasar las startups**:

1. Falta de fondos. Errores en financiación.
 - Nuestra financiación es «vivir de la caja»
 - Préstamos sin un plan de viabilidad
 - Subvenciones

2. Equipo equivocado. Falta de profesionalidad.
 - Contratar a amigos/conocidos.
 - No pensar como una empresa.
 - No tener objetivos de empresa.

3. Producto/Servicio ya existente. Nula innovación.
 - El producto ya existe.
 - El servicio ya existe.
 - No nos diferenciamos.

4. Ignorar al mercado.
 - Desarrollo de un producto pobre, incompleto o decepcionante.
 - Desarrollo de un producto con funcionalidades innecesarias.
 - Producto inferior a otros similares ya en el mercado.

5. Modelo de negocio no necesario.
 - El mercado no necesita nuestro producto/servicio.

6. Precio.

- El precio no se ajusta al mercado:
 - Demasiado alto: no hay ventas.
 - Demasiado bajo: no hay beneficios.

7. Producto no centrado.

- El producto abarca demasiados campos como para que el público lo comprenda.
- El modelo de negocio no está claro. No sabemos cómo vamos a ganar dinero con él.

8. Estrategia de marketing equivocada.

- Nos centramos en el público incorrecto.
- Nuestro mensaje no está claro.
- Nuestros objetivos se difuminan.

9. Producto fuera de tiempo.

- Lanzamos el producto demasiado temprano:
 - El mercado no está preparado.
- Lanzamos el producto demasiado tarde:
 - El mercado está sobresaturado.

10. Problemas legales.

- No hemos estudiado las necesidades/consecuencias legales del producto o servicio.

Ideas y modelos de negocio online

Una idea de negocio es un producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. Es el medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y es lo que hará que cuando la ejecutemos tengamos éxito o no.

Para calificar como buena una idea de negocio debe cumplir, al menos, con los 3 puntos siguientes:

1. Cubre una necesidad del mercado.
2. Es rentable.
3. Somos capaces de ejecutarla.

También es conveniente, antes de lanzar nuestra idea de negocio, que nos olvidemos de estas 3 cuestiones:

1. De la perfección, para ello usaremos el método *Lean Startup* que veremos a continuación.
2. Del plan de empresa. Es un método desfasado que implica mucho tiempo de desarrollo y que se basa en muchas suposiciones que no tienen ninguna base práctica y que en los negocios online pueden cambiar en cualquier momento.
3. De encontrar el mejor momento para lanzarla, ese momento siempre será anterior.

Antes de continuar vamos a ver cuál es el método *Lean Startup* para que podamos lanzar nuestra idea de la forma más ágil y rápida:

1. Conoce a tus clientes
2. Estudia si el negocio es viable
3. Completa el *Lean Canvas*
4. Lanza un prototipo
5. Mide los resultados
6. Pregunta a tus clientes
7. Vuelve al paso 1

Si tenemos ese gusanillo emprendedor de querer lanzar un producto o servicio o montar una empresa o un negocio seguramente no nos faltarán ideas para ello, pero si no acabamos de encontrar aquella para la cual dar el paso y lanzarse, aquí tenemos unos cuantos puntos que sirven de inspiración a la hora de encontrar ideas de negocio:

- Imaginación y creatividad.
- Formación y experiencia.
- Nuevas tecnologías.
- Cambios en el entorno.
- Necesidades por cubrir.

Una vez que ya tenemos nuestra idea, el siguiente paso es ver cómo podemos sacar un rendimiento económico de ella, cómo conseguimos monetizarla. Aquí es donde conocer los diferentes modelos de negocio online nos sirve para saber si alguno o algunos de ellos encajan con nuestro producto o servicio.

MODELOS DE NEGOCIO ONLINE	
Basados en publicidad <ul style="list-style-type: none"> • Banners • Anuncios clasificados • Cupones descuento • Redes sociales • Pago por clic • Modelo “freemium” 	Basados en comercio <ul style="list-style-type: none"> • Tiendas online • Versión online de tiendas físicas • Centros comerciales online • Subastas
Basados en intermediación <ul style="list-style-type: none"> • Afiliados • Online DropShipping • Comparadores 	Servicios digitales <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de foros • Webmaster • Programador/diseñador web • Creación de Apps • Gestión de Redes sociales

	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de juegos online • Periódicos digitales
<p>Offline → Online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios profesionales: abogados, arquitectos, psicólogos, <i>coaching</i>, asesoría, enseñanza de idiomas, etc. 	<p>Formación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • <i>Gaming</i>
<p>Gamers</p>	

Plan de viabilidad de nuestro negocio online

Existen varias formas de estudiar la viabilidad de nuestro negocio online. En esta guía vamos a ver algunas de ellas, aunque la viabilidad final siempre la va a marcar el mercado y los clientes, que son los que comprando nuestro producto o contratando nuestros servicios le dan sentido a cualquier proyecto o idea de negocio.

Antes de ver algunas herramientas, vamos a repasar qué factores pueden influir en la viabilidad de un negocio online:

Factores de producto o servicio

Son las características de nuestro producto o servicio que lo hacen destacar y que sea elegido por el cliente frente a otras alternativas, como, por ejemplo: la novedad, la utilidad o el precio.

Factores técnicos

Los factores técnicos marcan y segmentan nuestro público objetivo. Por ejemplo, si hacemos una aplicación para dispositivos iOS ya sabemos que los usuarios de otras plataformas móviles no podrán utilizarla. Algunos de ellos son: nombre, filosofía, idioma, tipo de plataforma, dominio y alojamiento, contenido y diseño web.

Factores de mercado

La mayoría de las economías mundiales son de mercado, así que estos factores son clave para saber dónde nos vamos a mover: mercado consolidado o nuevo, existencia de competencia y fidelización de consumidores.

Factores sociales

La mayoría de productos y servicios tienen una segmentación en su público, así los factores sociales suelen determinar dicha segmentación: edad, sexo, religión, poder adquisitivo, geografía, profesión, etc.

Vamos a ver a continuación una serie de herramientas que nos ayudan a tener una visión global de nuestra idea de negocio online y nos sirven para valorar su viabilidad.

Análisis DAFO

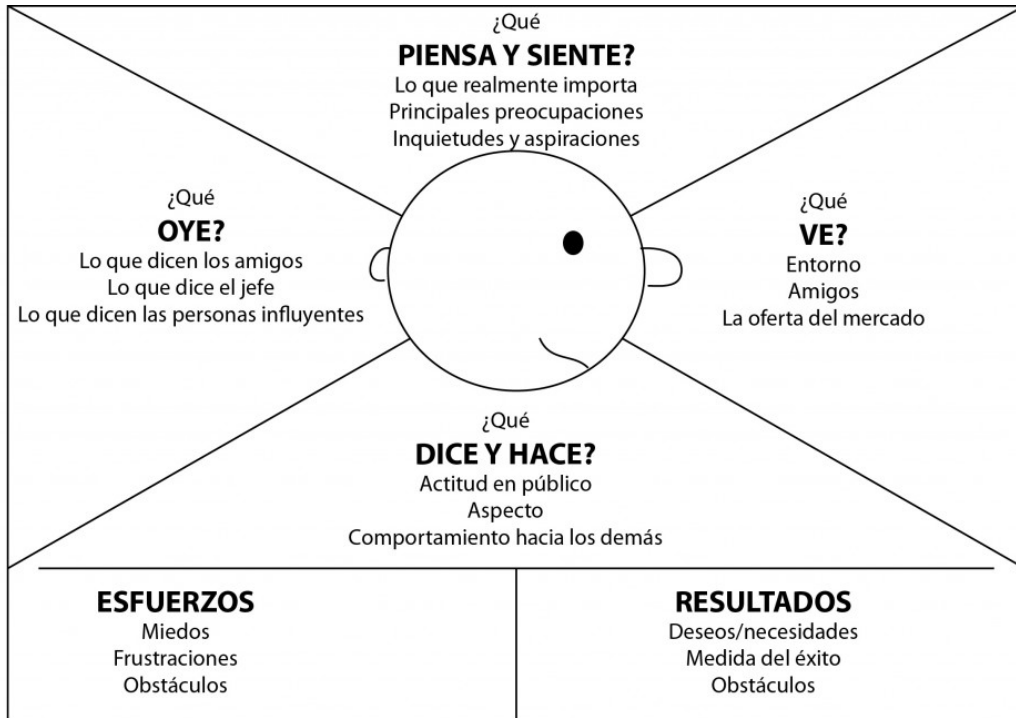
El análisis DAFO o la matriz DAFO es una herramienta muy conocida que, en nuestro caso, nos sirve para analizar las características internas (Debilidades y Fortalezas) y externas (Amenazas y Oportunidades) de un negocio online.

<p>D</p> <ul style="list-style-type: none"> • El cliente prefiere ir a comprar a una tienda física • Tienes que tener buenas habilidades tecnológicas • No se puede vender todo tipo de productos • Transacciones no seguras • El cliente tarde mucho en recibir su pedido 	<p>F</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ahorro de tener una tienda física • Puede trabajar sin stock • Puede vender a cualquier parte del mundo • Tener una relación vía Internet con los clientes potenciales. • El cliente puede comprar de forma fácil eligiendo el método de pago que prefiere y recibiendo el producto en su hogar.
<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos con tus proveedores • Posicionamiento SEO • Nuevos competidores en tu Sector. • Posicionamiento SEM 	<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> • El comercio electrónico está teniendo cada vez más importancia • Se pueden desarrollar nuevos productos • Enviar el pedido con un obsequio • Presencia global • Aumento de competitividad, ya que puede ofrecer a sus clientes un servicio más próximo

Ejemplo DAFO de una tienda online

Mapa de empatía

El mapa de empatía es una herramienta que nos sirve para que nuestro producto o servicio se ajuste a lo que nuestro cliente realmente necesita. Mediante el mapa de empatía nos ponemos en el lugar del cliente para analizar cuáles son sus necesidades a partir de sus acciones y sentimientos.



Herramienta diseñada por XPLANE

Plantilla de mapa de empatía



Ejemplo de mapa de empatía de una web

Lean Canvas

El *Lean Canvas* es una herramienta que fue diseñada para la validación de ideas de negocio. El objetivo de esta herramienta es tener en un único lugar y de forma muy visual y esquemática, los elementos clave que componen el negocio online.

PROBLEMA Problemas Top 3 (Alternativas)	SOLUCIÓN 3 Características del producto/servicio	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.	VENTAJA ESPECIAL Qué te hace especial/diferente	SEGMENTO DE CLIENTES Segmento objetivo (Early adopters)
	MÉTRICAS CLAVE Actividades Clave a Medir		CANALES Vía de acceso a clientes	
ESTRUCTURA DE COSTES Gastos			FLUJO DE INGRESOS Cómo vamos a ganar dinero	

Plantilla de Lean Canvas

PROBLEMA - Necesidad de aceptación social y pertenencia a grupo exclusivo. - Acceso a lo último en tecnología móvil.	SOLUCIÓN - Móvil de diseño de alta gama y última tecnología. - Marca de prestigio. MÉTRICAS KPI - Ventas (mes/año). - Beneficio (mes/año). - N° uds. vendidas. - N° devoluciones. - N° de ventas x canal.	PROPUESTA DE VALOR - Piensa diferente. - Tu móvil, tus reglas.	VENTAJA DIFERENCIADORA - Prestaciones de gama alta en Hw/Sw. - Prestigio social. CANALES - Página web. - Tiendas oficiales. - Cadenas especializadas en gama alta.	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES - Personas que quieren estar a la última para presumir.
COSTES ESTRUCTURALES - Recursos humanos -> 45 ME - I+D -> 10 ME - Otros gastos -> 5 ME		- Producción -> 50 ME - Marketing -> 10 ME	FUENTES DE INGRESOS - Ventas directas (web y tiendas oficiales) -> 40-60% beneficio - Distribuidores -> 30-50% beneficio	

Ejemplo de plantilla de Lean Canvas de una empresa de venta de móviles

9 pasos para crear nuestro negocio online

Si ya hemos encontrado la idea de negocio online que queremos desarrollar, tenemos claro qué modelo de negocio puede monetizarla y las herramientas de viabilidad nos indican que puede ser factible ... ha llegado el momento de crear nuestro negocio online.

Para ello definimos un itinerario compuesto por 9 pasos para crear nuestro negocio online.

1. Definición de objetivos

Una buena definición de objetivos nos ayudará a enfocar el trabajo y poder medir los resultados. Para que sean útiles, nuestros objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo determinado. Este tipo de objetivos se conocen por su acrónimo en inglés: *SMART*, de Specific, Measurable, Attainable, Relevant y Time-related.

2. Producto o servicio

Es habitual tener claro desde el primer momento si nuestra idea se ejecutará en forma de producto o servicio, pero también hay que tener en cuenta que ciertos productos pueden llevar servicios asociados o que hay servicios que pueden convertirse en productos. Para resolver esta cuestión vamos a ver cuáles son las características de ambos, lo que nos ayudará a decidirnos por uno, otro o los dos.

Productos

- Son tangibles.
- Se fabrican y consumen.
- Son medibles y comparables.
- Son almacenables.
- Pueden ser perecederos.
- Satisfacen necesidades concretas.

Servicios

- Son intangibles.
- No se pueden medir ni comparar.
- No se almacenan.
- Son atemporales.
- Se evalúan según la percepción del cliente.

3. Estudio de mercado

Siempre que sea posible, realizar un estudio de mercado nos ayuda a evaluar si nuestro producto o servicio tendría cabida en el mercado real. Para ello, el estudio debe cumplir con las siguientes especificaciones o tener en cuenta los siguientes puntos:

- Debe ser concienzudo, serio, profesional y veraz.
- Sus objetivos han de ser medibles.
- Debería realizarse un test de producto o servicio.
- Debe evaluar la viabilidad: relevancia, innovación y precio.
- Pregunta, pregunta y pregunta:
 - Segmentación
 - Tipos de encuesta
 - Ubicación
 - Formato
- Consulta con un experto
- Análisis de la competencia
- Comprador misterioso.

4. Plan de marketing

El plan de marketing es uno de los documentos más importantes de la puesta en marcha de un negocio online. En él se deben especificar las acciones a desarrollar para nuestro negocio capte clientes y, casi más importante, los intente fidelizar y convertir en prescriptores. Para que sea eficaz debería cumplir lo siguiente:

- Identificación del cliente objetivo.
- Modelos de comunicación.
- Métodos de captación.
- Fidelización.
- Objetivos a cumplir.
- Calendarización de acciones.
- Métricas.

- Elaboración de presupuesto.
- Ejecución.

5. Dominio y alojamiento

El nombre de dominio es una de las decisiones más importantes a tomar en cuanto a la construcción de marca o de producto. Además de decidir si vamos a usar un dominio genérico (.com, .net, .org, .pro, etc.) o territorial (.es, .fr, .pt, .de, .co.uk, etc.) tenemos que tener en cuenta, para que hagamos la mejor elección posible, estos puntos:

- Si la marca va a ser clave, el dominio ha de ser igual.
- Si nos vamos a centrar en el posicionamiento del producto o servicio, el dominio ha de contener su nombre.
- Si es posible debería contener alguna palabra clave.
- Ha de tener el menor número de caracteres posible.
- No tiene que ser ambiguo.

El alojamiento es uno de los aspectos más técnicos en un negocio online, pero también es uno de los más importantes ya que de su buen funcionamiento dependerá en gran medida que nuestra página esté disponible y tenga una carga rápida. Estos son algunos de los factores a tener en cuenta:

- Compartido
- VPS
- Dedicado
- Gestionado/no gestionado
- Factores para SEO
 - Ubicación geográfica
 - Velocidad de carga
 - Reputación de la dirección IP

6. Marketing online

El marketing online es el conjunto de todas las técnicas y herramientas de las que emprendedores y empresas pueden utilizar para difundir, promover y vender sus productos, servicios o su propia marca de forma online.

Estos son los canales principales que se usan en el marketing online:

- Página web
- Blog
- Redes sociales
- Email marketing
- SEO
- SEM

7. Formas de pago

Para que nuestro negocio pueda considerarse online es necesario que los pagos que hagan nuestros clientes se realicen también de forma online. Para ello, necesitaremos alguno o varios de las siguientes formas de pago (aunque algunas de ellas, como la transferencia bancaria o el contrarrembolso, pueda realizarse de forma offline):

- TPV virtual
- Paypal
- Otras formas de pago online (Iupay, Stripe ...)
- Transferencia bancaria
- Contrarrembolso

8. Logística

Cuando nuestro negocio online es de producto, el último punto del proceso de venta es la entrega del producto al cliente. Es un momento clave ya que pueden surgir diversas incidencias (no encontrar la dirección, persona ausente, daños durante el transporte, etc.) y muchas posibilidades de repetición de compra del cliente pueden pasar en esta fase.

Así pues, debemos ser muy cautos a la hora de seleccionar uno o varios operadores logísticos para hacer nuestros envíos y, sobre todo, valorar los siguientes puntos para que tanto nosotros como la empresa logística tenga claro el tipo de producto que se va a enviar y los destinos que vamos a cubrir.

Según método de envío

- Mensajería
 - Propia
 - Estándar
 - Urgente
 - Entrega en puntos de recogida o de conveniencia
- Correo postal
- Recogida en instalaciones propias

Según destino

- Península
- Islas Baleares
- Canarias, Ceuta y Melilla
- Europa
- Fuera de Europa

Según naturaleza del producto

- Muy frágiles
- Perecederos
- Seres vivos
- Cualquier otra peculiaridad

9. Aspectos legales

Cualquier emprendedor o empresa debe cumplir con la legislación que le sea aplicable. Estos temas suelen dejarse en manos de consultores o asesores externos, pero conocer qué elementos tener en cuenta nos pueden ayudar a tener una visión más completa de nuestro negocio. Cecarm publicó sobre este

tema una [guía de Aspectos Legales de un Negocio Online](#), de lectura totalmente recomendada. A continuación, listamos algunos de los puntos clave al respecto:

- **Figura jurídica:**
 - Autónomo
 - Sociedad limitada
 - Cooperativa
- Alta en Seguridad Social
- Alta en Hacienda
- Presentación y pago de impuestos
- Legislación referente a negocio online:
 - LOPD
 - LSSICE
 - Ley de Cookies

Resumen

En esta unidad didáctica se ha diseccionado el negocio online siguiendo un esquema de 4 puntos que nos han explicado desde el propio concepto de emprendedor hasta los pasos necesarios para crear un negocio online.

Han sido los siguientes:

- **Qué es emprender.** Se ha definido qué es emprender a partir de la figura del emprendedor, caracterizando 8 perfiles tipo de emprendedores: el visionario, por necesidad, el inversor, el buscador de oportunidades, por azar, el especialista, el persuasivo y el intuitivo.
- **Ideas y modelos de negocio online.** Hemos visto cómo tiene que ser una idea de negocio online y las formas que tenemos de monetizarla a partir de una serie de modelos de negocio online: basados en publicidad, en comercio, en intermediación, servicios digitales, servicios offline llevados al online, formación y gamers.
- **Plan de viabilidad de nuestro negocio online.** Aunque son el mercado y los clientes los que siempre acaban marcando el resultado de un negocio online, se han visto 3 herramientas que nos ayudan a valorar previamente su viabilidad: el análisis DAFO, el mapa de empatía y el *Lean Canvas*.
- **9 pasos para crear nuestro negocio online.** Por último, se ha propuesto una ruta de 9 pasos para la articulación de nuestro negocio online: definición de objetivos, elección de producto o servicio, estudio de mercado, plan de marketing, dominio y alojamiento, marketing online, formas de pago, logística y aspectos legales.

Recursos y bibliografía

Lecturas recomendadas

- “The 7 days startup”, Dan Norris, 2014, Amazon
- “Startup Idea Action Plan”, Ryan Mulvihill, 2016, Amazon
- [Guía: Aspectos Legales de un Negocio Online](#)

Bibliografía

- [El Lean Canvas como forma de validar ideas de negocios online](#)
- [El FTE Canvas como forma de validar ideas de negocios online](#)
- [Cómo elegir una plataforma para montar mi tienda online](#)
- [Cómo crear una tienda online móvil](#)
- [La interfaz de usuario como modelo de negocio](#)



Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

Actuación de:



Con la financiación de:

