

# Contenido

<b>Capítulo 1</b>	
<b>Introducción y concepto de empresa digital.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 2</b>	
<b>La lógica de los negocios en Internet.....</b>	<b>9</b>
2.1 La creación de un canal en Internet.....	10
2.2 Los efectos sobre la cadena de valor.....	11
2.3 La creación de valor a través de Internet.....	15
2.4 Atracción de clientes.....	19
2.5 Reflexiones sobre lo aprendido ...	22
2.6 Caso práctico: Empresa que comienza offline y se transforma en digital.....	22
2.7 Resumen del capítulo.....	23
<b>Capítulo 3</b>	
<b>La ejecución de un proyecto. Pasos a seguir para constituir una empresa en un entorno digital.....</b>	<b>25</b>
3.1 Pasos previos al comienzo de la actividad.....	29
3.1.1 Ideas y Ejecución.....	35
3.1.2 ¿Oportunidad o necesidad?.....	38
3.1.3 ¿Cuál es realmente mi ambición como empresario?.....	42
3.1.4 ¿Emprender solo o en compañía?.....	46
3.1.5 Forma jurídica y nombre de la empresa.....	49
3.2 Constitución de la sociedad e inicio de la actividad.....	53
3.3 Ayudas para realizar estos trámites digitalmente.....	63
3.4 Creada mi empresa digital, ¿Cómo saben los clientes potenciales que existe mi empresa?.....	66
3.5 Actitudes emprendedoras.....	76
3.5.1 Caso: “Alterkeys”.....	77
3.5.2 Caso: “Muroexe”.....	78
3.5.3 Caso: “Zoosk”.....	80
3.6 Actitudes emprendedoras en América Latina. Colombia, Perú, México, Chile y Argentina. ....	83
3.7 Actitud emprendedora.....	90
3.8 La influencia del nivel formativo sobre la actitud emprendedora.....	93
3.9 La importancia del networking ....	94
3.10 Casuística del entorno de trabajo de una startup.....	96
3.11 Resumen del capítulo.....	100

**Capítulo 4**

**Plan de negocio** ..... 107

4.1 Análisis de la oportunidad ..... 108

4.1.1 Propuesta de valor..... 108

4.1.2 Segmento cliente..... 108

4.2 Ventaja competitiva sostenible del modelo de negocio ..... 109

4.3 Equipo..... 109

4.4 Modelo de negocio..... 112

4.4.1 Modelos de negocio digitales 112

4.4.2 Aspectos a tener en consideración en los modelos de negocio..... 114

4.5 Análisis del sector..... 119

4.6 Ejecución del Plan de Negocio (I) (Marketing – Distribución) ..... 122

4.7 Ejecución del Plan de Negocio (II) (Operaciones) ..... 125

4.8 Plan financiero ..... 126

4.9 Riesgos ..... 133

4.10 Resumen del capítulo..... 134

**Capítulo 5**

**Investigación de mercado y análisis** 135

5.1 ¿Qué es una investigación de mercado? ..... 135

5.2 ¿Por qué llevar a cabo una investigación de mercado? ..... 136

5.3 ¿Cuándo llevar a cabo una investigación de mercado? ..... 137

5.4 ¿Cómo llevar a cabo una investigación de mercado? ..... 138

5.4.1 Investigación de mercado primaria..... 139

5.4.2 Investigación de mercado secundaria ..... 141

5.5 Resumen del capítulo ..... 143

**Capítulo 6**

**La financiación de empresas en un entorno digital**..... 145

6.1 Algunos conceptos básicos previos..... 149

6.2 Bootstrapping..... 152

6.3 Financiación proveniente del canal tradicional..... 153

6.4 Opciones de financiación a través de canales alternativos ..... 155

6.5 Algunas de las herramientas a utilizar para conseguir financiación. .171

6.6 El Costo de la financiación.....175

6.7 Diversas direcciones de interés en la búsqueda de financiación ..... 177

6.8 Resumen del capítulo..... 179

**Capítulo 7**

**Principales errores de los emprendedores**.....183

7.1 Equipo .....183

7.2 Falta de mentalidad de “empresario profesional” ..... 184

7.3 Salarios de los emprendedores...185

7.4 Time to market..... 186

7.5 Falta de asesoramiento, asesores y asesoramiento inadecuados ..... 186

7.6 Socios y reparto accionarial.....187

7.7 Constitución de la compañía .....187

7.8 Aspectos relacionados con el Plan de Negocio ..... 188

7.9 No conseguir financiación y/o no comenzar con los recursos adecuados ..... 188

7.10 Resumen del capítulo ..... 189

**Capítulo 8**

**Conclusión, Gestión del fracaso y Gestión del éxito por parte del emprendedor**..... 191

**Capítulo 9**

**Casos prácticos** ..... 197

9.1 Caso 1: Investigación de mercado pizzas central ..... 197

9.2 Caso 2: Investigación de mercado de Pollo Frito ..... 201

9.3 Caso 3: Investigación de mercado. Video. Varios casos.....	210
9.4 Caso 4: Investigación de mercado.....	212
9.5 Caso 5: Investigación de mercado.....	212
9.6 Caso 6: Investigación de mercado.....	213
9.7 Caso 7: Investigación de mercado.....	213
9.8 Caso 8: Investigación de mercados.....	213
9.9 Caso de negocio internacional..	214
<b>Bibliografía.....</b>	<b>239</b>