

CONTENIDO

Introducción	1
Primera Parte:	
Actitud empresarial	7
<i>1. La orientación al consumidor</i>	9
Segunda Parte:	
Creatividad e innovación	17
<i>2. Origen de la idea</i>	19
<i>3. Concepción inicial del producto o servicio</i>	25
Tercera Parte:	
Análisis y evaluación comercial de la idea	31
<i>4. Influencias externas</i>	33
<i>5. Factores tecnológicos</i>	37
<i>6. Factores políticos y gubernamentales</i>	41
<i>7. Factores económicos</i>	45
<i>8. Factores sociales</i>	49
<i>9. Competencia (oferta actual)</i>	53
<i>10. El consumidor</i>	57
<i>11. Mercado (demanda posible)</i>	65
Cuarta Parte:	
Diagnóstico	73
<i>12. Viabilidad comercial</i>	75

Quinta Parte:	
Concepción final de la idea y la empresa	83
<i>13. Defina su negocio</i>	85
<i>14. Defina su mercado-meta y su consumidor objetivo</i>	89
<i>15. Definición final de los productos y servicios</i>	93
<i>16. Estimación inicial de ventas</i>	107
<i>17. El plan comercial inicial</i>	111
Sexta Parte:	
Pasos subsecuentes	119
<i>18. Viabilidades técnica y de producción y económico-financiera</i>	123
<i>19. Aspectos legales, fiscales y laborales</i>	129
Bibliografía	133
Directorio	134