

CONTENIDO

Prólogo	VII
Primera Parte: Actitud empresarial	
<i>1. La orientación al consumidor</i>	9
Segunda Parte: Creatividad e innovación	
<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	
<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 (su importancia)</i>	57
<i>11. Mercado (demanda posible)</i>	64
Cuarta Parte: Diagnóstico	
<i>12. Viabilidad comercial</i>	75

Quinta Parte:

Concepción final de la idea y la empresa

<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>	109
<i>17. El plan comercial inicial</i>	111

Sexta Parte:

Viabilidad financiera y económica de la empresa

<i>18. ¿Cómo saber cuánto dinero necesito?</i>	125
<i>19. Costos de producción</i>	129
<i>20. Gastos de operación</i>	133
<i>21. ¿Cómo saber si tendré utilidades? (viabilidad económica)</i>	139

Séptima parte

Pasos subsecuentes

<i>22. El equipo humano</i>	159
<i>23. Aspectos legales, fiscales y laborales</i>	161

<i>Bibliografía</i>	165
---------------------	-----

<i>Directorio</i>	166
-------------------	-----