

## INDICE

Prólogo	17
Introducción	21
<b>Capítulo 1.</b>	
El emprendedor	25
El perfil del emprendedor	26
Los objetivos personales	31
Resumen	32
<b>Capítulo 2.</b>	
Las oportunidades	35
Reconocimiento	37
Atractivo	39
Fuentes de información	43
Resumen	44
<b>Capítulo 3.</b>	
Estrategias de entradas y salida	45
Estrategias de entrada	45
Desarrollar un nuevo producto o servicio	46
Mejorar un producto o servicio existente	47
Comprar una franquicia	48
Ofrecer un producto o servicio existente	52
Patrocinar una empresa en gestación	54
Comprar una empresa en marcha	55
Fusiones entre empresas	60
Tipos de sinergia	62
Clases de fusiones	63
¿Por qué fallan las fusiones?	66
Estrategias de salida	67
Empresas para los sucesos	67
La venta de la empresa	69
Resumen	70
<b>Capítulo 4.</b>	
El plan de negocios	71
¿Por qué es necesario un plan de negocio?	71
Tipos de planes	73
Contenido del plan de negocios	74
Resumen	81
<b>Capítulo 5.</b>	
Análisis del mercado	83
Análisis situacional	83
Identificación de necesidades	85
Características del mercado	86
Mercados industriales	88
Conducta del consumidor	90
Segmentación	91
Medición y pronóstico	92
<b>Capítulo 6.</b>	
Estrategias de mercado	95

Decisiones sobre el producto	95
Decisiones sobre precios	97
Estrategias de precios basadas en costos	98
Estrategias de precios basadas en la demanda	99
decisiones sobre los canales de distribución	101
Decisiones sobre los canales de comunicación	103
Decisiones sobre publicidad	105
Decisiones sobre objetivos y presupuesto	105
Decisiones sobre copy	106
Decisiones sobre medios	107
Promociones	108
La marca	109
Resumen	111
<b>Capítulo 7.</b>	
Las finanzas	115
Proyecciones financieras	115
Fuentes de financiamiento	125
<b>Capítulo 8.</b>	
Financiamiento y valoración	133
Etapas de la inversión	134
El capitalismo de riesgo	136
Valoración	138
Métodos basados en el valor en libros	138
Métodos basados en valoración relativa	139
Flujo de caja descontado	147
Valor presente ajustado	147
Otros métodos: EVA y opciones reales	149
Las dificultades de valorar empresas	150
Resumen	153
<b>Capítulo 9.</b>	
Aspectos legales e impositivos	155
Asesores	155
Estructura legal del proyecto	155
Contratos	157
Aspectos laborales	158
Obligaciones administrativas	158
Riesgos	159
Propiedad industrial	159
Aranceles y tarifas	160
Impuestos	160
<b>Capítulo 10.</b>	
<b>Innovar en la empresa</b>	
La gerencia del crecimiento	163
Estilos, cultura y misión	164
Estilos de gerencia	164
La cultura de las organizaciones	167
Visión y misión	168
Planificación organizacional	168

La estructura organizacional	169
¿Cómo anticipar el cambio?	169
Mecanismos de control	171
¿Qué hace exitosa a una empresa?	172
Resumen	173
<b>Capítulo 11.</b>	175
<b>Exportaciones y espíritu emprendedor</b>	
Una estrategia exportadora para el pequeño y mediano industrial	177
¿Es la empresa competitiva?	177
¿Se tienen ventajas competitivas sostenibles?	177
¿Se exportará a largo plazo a sólo excedentes?	178
¿Se es competitivo en precios?	179
¿Qué características debe tener el producto?	181
¿Cuál es el mejor, modo de hacer llegar los productos a los clientes?	183
¿Cuáles serán los mecanismos de cobro y pago?	184
¿Hacia donde orientar el esfuerzo de venta?	185
¿Cómo seleccionar los canales de distribución?	187
¿Cómo hacer llegar el mensaje a los clientes?	189
¿Cómo manejar al consumidor final?	190
¿Cómo manejar las leyes y los riesgos?	191
¿Cómo empaquetar y embalar los productos?	193
¿Se deben o no aprovechar los incentivos del Estado para exportar?	194
¿Existe la infraestructura adecuada?	195
Resumen	195
Una palabra final	197
Bibliografía	247
Direcciones en Internet	254
Índice en Internet	254
Índice de figuras	
1.1. Factores de éxito empresarial	25
2.1. Reconocimiento de oportunidades	37
3.1. Ejemplo de otorgamiento de franquicias	50
3.2. Cambios de valor en una adquisición	61
5.1. Matriz BCG. Matriz de crecimiento de participación	84
5.2. Jerarquía de las necesidades humanas según Maslow	85
5.3. Proceso de adopción de un producto o servicio	91
6.1. Modelo Booz – Allen para el desarrollo de nuevos productos	97
6.2. Elasticidad de la demanda frente al precio	100
6.3. Curva de adopción de un nuevo producto	103
6.4. Un sistema básico de comunicación	104
6.5. Comunicación publicitaria	105
6.6. Ejemplo de un plan de promociones anual	110
7.1. El flujo de efectivo	123
7.2. El punto de equilibrio	124
7.3. Fuentes de financiamiento	127
8.1. Valor presente ajustado	148
Índice de cuadros	
1.1. Qué hace a un líder, según Ruddy Giuliani	27

2.1. Reglas para la toma de ideas	38
3.1. Qué debe considerarse en un contrato de licencia de franquicias	51
3.2. Estrategias corporativa de portafolio	65
5.1. Pasos de un proyecto de investigación de mercado	93
8.1. Cálculo del flujo de caja libre	143
8.2. Cálculo del flujo financiero	144