
Libro Iniciativa Emprendedora

Harvard Business Review

How to Create Consumer Involvement and Inspiration

Barcelona startup

Emprender tu marca personal

Conceptos e Instrumentos

Brand Desire

Cartas a un joven emprendedor

Argentina emprendedora

The 10% Entrepreneur

A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers

Handbook of Research on Family Business

Técnicas de marketing y autoconocimiento para crear tu propia marca

El libro de los emprendedores

El Modelo Biasca: Organizational Improvement And Change

Bibliografía española

¡Estás desaprovechado!

una guía práctica

Lo que se aprende en los mejores MBA del mundo

Monografías

¿Somos malas madres?

Cómo innovar puede producir cambios reales y decisivos en el destino de un país

Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas

Expansión

emprendedor, empresa y familia

Influence and Persuasion (HBR Emotional Intelligence Series)

Business Model Generation

Iniciativa social como estrategia competitiva

Live Your Startup Dream Without Quitting Your Day Job

El libro rojo de la innovación (con introducción de Ferran Adrià)

Dirigiendo con velocidad

El libro de los emprendedores

The Future of Leadership Development

El libro de los emprendedores

Lecciones Extraídas de Empresas y Organizaciones de la Sociedad Civil en Iberoamér

Emails a un joven emprendedor : claves para tiempo de cambio

El Desafío De La Colaboracion/ The Collaboration Challenge

Cómo crear y hacer funcionar una empresa
Todo lo que necesitas saber para montar y hacer crecer tu empresa
Cómo Crear y Hacer Funcionar una Empresa

*Libro Iniciativa
Emprendedora
Harvard
Business
Review* *Downloaded
from
archive.imba.com
by guest*

ANDREA HESTER

**How to Create
Consumer Involvement
and Inspiration**

Libros
de Cabecera
. . . this Handbook is a
good example . . . for
those interested in giving
a more articulated and
solid flavour to their
research. Andrea Colli,

Business History The
authors have taken a lot
of pain in putting this
Handbook together. As
the name indicates, this is
an excellent Handbook for
researchers. Global
Business Review The
Handbook of Research on
Family Business has
collected and synthesized
a broad variety of topics
by notable researchers
who share a common
dedication to family
business research. This

Handbook provides a
comprehensive treatment
that advances the
frontiers of knowledge in
family business,
provoking valuable
thoughts and discussion.
The Handbook serves as
both an authoritative and
comprehensive reference
work for researchers
investigating family
enterprises. A. Bakr
Ibrahim, Concordia
University, Montreal,
Canada Although family

business research is a young discipline it is both necessary and important. For the wellbeing and future development of our society the survival of prosperous and passionate family business entrepreneurs is indispensable. In order to help the families in business to better understand how to succeed with their enterprises we need qualified and updated research. This book is the answer! Hans-Jacob Bonnier, Bonnier Business Press Group, Sweden and

6th Generation Chairman of the Family Business Network International This Handbook is a unique compilation of the most important and the best recent family business research. The field has grown so rapidly that this effort will be a mark for the research to follow. The Handbook of Research on Family Business will be the reference for scholars in family business for many years to come. It will also stimulate new ideas in research. John L. Ward, IMD, Switzerland and

Northwestern University, US The Handbook of Research on Family Business provides a comprehensive first port of call for those wishing to survey progress in the theory and practice of family business research. In response to the extensive growth of family business as a topic of academic inquiry, the principal objective of the Handbook is to provide an authoritative and scholarly overview of current thinking in this multidisciplinary field. The contributors examine

recent advances in the study of family business, which has undertaken significant strides in terms of theory building, empirical rigour, development of sophisticated survey instruments, systematic measurement of family business activity, use of alternative research methodologies and deployment of robust tools of analysis. A wide selection of empirical studies addressing the current family business research agenda are presented, and issues and

topics explored include: validation of the protagonist role that family firms play in social-economic spheres; operational and definitional issues surrounding what constitutes a family business; historical development of the field of family business; methodologies encompassing micro and macro perspectives; challenges to the orthodox microeconomic view of homo-economicus firms by highlighting the virtues of family influence

and social capital. Comprising contributions from leading researchers credited with shaping the family business agenda, this Handbook will prove an invaluable reference tool for students, researchers, academics and practitioners involved with the family business arena.

Barcelona startup

Portfolio

Changing hearts is an important part of changing minds. Research shows that appealing to human emotion can help you make your case and

build your authority as a leader. This book highlights that research and shows you how to act on it, presenting both comprehensive frameworks for developing influence and small, simple tactics you can use to convince others every day. This volume includes the work of: Nick Morgan Robert Cialdini Linda A. Hill Nancy Duarte This collection of articles includes "Understand the Four Components of Influence," by Nick Morgan; "Harnessing the

Science of Persuasion," by Robert Cialdini; "Three Things Managers Should Be Doing Every Day," by Linda A. Hill and Kent Lineback; "Learning Charisma," by John Antonakis, Marika Fenley, and Sue Liechti; "To Win People Over, Speak to Their Wants and Needs," by Nancy Duarte; "Storytelling That Moves People," an interview with Robert McKee by Bronwyn Fryer; "The Surprising Persuasiveness of a Sticky Note," by Kevin Hogan; and "When to Sell with Facts and Figures, and

When to Appeal to Emotions," by Michael D. Harris. How to be human at work. The HBR Emotional Intelligence Series features smart, essential reading on the human side of professional life from the pages of Harvard Business Review. Each book in the series offers proven research showing how our emotions impact our work lives, practical advice for managing difficult people and situations, and inspiring essays on what it means to tend to our emotional

well-being at work. Uplifting and practical, these books describe the social skills that are critical for ambitious professionals to master. *Emprender tu marca personal* Kolima Books Técnicas de marketing y autoconocimiento para crear tu propia marca. Este libro describe el proceso para emprender tu marca personal desde el análisis interior. De este modo, tu imagen, siendo siempre honesta y profesional, será visible y alcanzable para cualquier empresa potencial que

necesite de tus cualidades. O, por otro lado, si quieres crear tu propio empleo o tu propia empresa, con la ayuda de tu marca personal, conseguirás diferenciarte del resto de profesionales ya existentes, atrayendo hacia ti los clientes más adecuados acorde con tus valores. *Conceptos e Instrumentos* Ediciones Granica S.A. Desde que nacieron mis hijos, he vivido muchos años con el remordimiento de ser una mala madre. Pensando en mis hijos cuando estaba

en el trabajo y pensando en el trabajo cuando estaba con mis hijos. Sintíendome siempre culpable. Sin embargo, existen numerosos estudios científicos que demuestran el impacto positivo que tienen las madres trabajadoras sobre sus hijos. Y me gustaría que lo conocieran todas las madres que se sienten como me sentía yo cuando empecé a compatibilizar maternidad y trabajo. Descubre todo que le aportas a tu hij@. Trabajar fuera de casa, tiene un impacto muy

positivo dentro.

Brand Desire Profit
Editorial

Rodolfo Eduardo Biasca es un prestigioso especialista en temas de management. Revistas especializadas lo han calificado como uno de los gurues argentinos. Es el autor iberoamericano que mas ha escrito sobre temas de transformacion empresarial (15 libros). Estudio en Argentina, Estados Unidos, Europa y Japon y trabajo en 25 pafses. Ha tenido una intensa vida profesional: ha sido

gerente y consultor en mas de 120 organizaciones, enseado en mas de 60 universidades y dirigido sociedades profesionales. Se lo ha distinguido con numerosos premios. .Vea detallada informaci?n sobre el autor en las paginas finales del libro.LAS MAYORES FORTALEZAS DEL e-LIBRO SON:EL e-LIBRO TIENE UN APENDICE EN INTERNET! El libro tiene por complemento un apendice en Internet, de uso opcional y gratuito. Se actualiza

peri=dicamente. Es una gufa de estudio con preguntas, ejercicios, casos e informaci=n que permite una actualizaci=n permanente. Tiene novedades, vnculos en Internet, videos, conferencias, reportajes. Incluye los nuevos articulos del autor y la posibilidad de conectarse con el por correo electronico.El lector puede participar en el foro.

Cartas a un joven emprendedor Editorial

Paraninfo

Eight essays by experts in

the field cover topics such as how to write a business plan, finance, and the use of technology

Argentina emprendedora
Plataforma

Business Model Generation is a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow's enterprises. If your organization needs to adapt to harsh new realities, but you don't yet have a strategy that will get you out in front of your competitors, you

need Business Model Generation. Co-created by 470 "Business Model Canvas" practitioners from 45 countries, the book features a beautiful, highly visual, 4-color design that takes powerful strategic ideas and tools, and makes them easy to implement in your organization. It explains the most common Business Model patterns, based on concepts from leading business thinkers, and helps you reinterpret them for your own context. You will learn

how to systematically understand, design, and implement a game-changing business model-or analyze and renovate an old one. Along the way, you'll understand at a much deeper level your customers, distribution channels, partners, revenue streams, costs, and your core value proposition. Business Model Generation features practical innovation techniques used today by leading consultants and companies worldwide, including 3M, Ericsson,

Capgemini, Deloitte, and others. Designed for doers, it is for those ready to abandon outmoded thinking and embrace new models of value creation: for executives, consultants, entrepreneurs, and leaders of all organizations. If you're ready to change the rules, you belong to "the business model generation!"

The 10% Entrepreneur
Harvard Business Review Press

Desire is big business. If companies can create

true desirability for their brands, customers will not only express preference and loyalty, they also show a willingness to act as brand champions, participate in online communities, co-create innovative ideas, and show the sort of commitment that is normally associated with fervent employees. However, desire doesn't just happen. Brands need to nurture it by offering both security and surprise. This isn't just about marketing, but rather a reflection of an

organization-wide culture and perspective. Using international case studies, Brand Desire explains how companies can engage customers emotionally and create value for them. Managers can successfully build and maintain brand desire through specific strategies and tools, such as:

- promoting a principles-driven organization that is grounded in its heritage and distinctive competences;
- creating a supportive culture that encourages the active participation of people in

brand development; · providing an opportunity for people to communicate more with each other and to encourage socialization through communities and events; and · offering outstanding experiences: being consistent in delivery, from first communications through to after-sales service and support. In a crowded sales environment, brand desire can elevate any product or service so that it stands out from the crowd – and stays there. Brand Desire

demonstrates how desirable brands are about desirable experiences, and shows what companies can do to maximize those experiences for their customers.

A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers AGUILAR
¿Qué es H2PaC? El modelo H2PAC resuelve propuestas clave a partir de ACTIVIDADES. Esta forma de aprendizaje parte de un RETO: la actividad que deberás resolver. Para ello te

facilitamos un contenido teórico, EL CONOCIMIENTO IMPRESCINDIBLE, que te ayudará a entender los conceptos esenciales para poder afrontar el desafío planteado inicialmente. Además del contenido teórico, el modelo también te facilita LAS SOLUCIONES, una propuesta de resolución del reto expuesto. Con este libro obtendrás las claves para entender el concepto de crowdfunding. Algunas de las preguntas a las que podrás dar respuesta tras

la lectura de este libro son: ¿Qué se entiende por crowdfunding? ¿Y por gobierno corporativo? ¿Cómo el crowdfunding puede afectar al gobierno corporativo? ¿Se puede utilizar el crowdfunding en todo tipo de organización? Harvard Business Press "¿Por qué no escribes las cosas que te han gustado leer y que ayudan a formar directivos y líderes? Aquellas que, además, ayudan a ser mejores personas." Esta frase, con la que empieza la presentación del libro Libroterapia, de Jordi

Nadal, así como la de Isabel Allende, "He vivido con pasión y prisa, tratando de lograr demasiadas cosas. ¿Qué sentido tiene la experiencia, el saber o el talento, si no los doy, tener historias si no las cuento a los demás?", son los dos motores a partir de los cuales el autor se inspiró para escribir este libro de enseñanzas y reflexiones sobre el liderazgo, difícil asunto sobre el que ha reflexionado y ha vivido en carne propia durante más de cincuenta años.

Después de haber presidido y liderado aventuras, proyectos, negocios, empresas, partidos, asociaciones, federaciones, confederaciones, colegios profesionales y consejos nacionales, al sobrepasar los setenta años Gerard Duelo sabe que lo que cuenta en la vida no es el mero hecho de haber vivido, sino los cambios que provocamos en las vidas de los demás. Esto es lo que realmente determina el significado de la nuestra. Este pensamiento le ha llevado

a repasar sus numerosas y apasionantes experiencias "He escrito este libro movido por lo que sobre las bases y las claves del liderazgo.

Handbook of Research on Family Business Editorial UNED

El libro "Negocio Electrónico" trata fundamentalmente de la aplicación de las Nuevas Tecnologías de la Información, especialmente de Internet, y las Comunicaciones a la gestión empresarial y más en concreto a su

aplicación en el negocio electrónico.

Técnicas de marketing y autoconocimiento para crear tu propia marca
Editorial UOC

El saber de las mejores escuelas de negocios al alcance de cualquiera Este tercer volumen de la colección Lo que se aprende en los mejores MBA del mundo, con material totalmente novedoso y adaptada al cambiante escenario actual, ha sido concebido sobre la base de un intenso trabajo de selección de contenidos,

autores y expertos en sus materias. El grupo elegido incorpora académicos que representan a los más reputados programas de MBA y posgrado del mundo (profesores de Harvard Business School, McGill University, IESE Business School, Executive Business School, UCLA Anderson School of Management, Wharton School, IMD Business School y la MIT School of Business, entre otras escuelas de negocio). De la mano de personalidades como Robert S. Kaplan y Henry

Mintzberg usted podrá aprender, entre otras cosas: • La práctica del desarrollo directivo • Todas las claves de la estrategia y dirección estratégica • Los modelos más actuales de la gestión del cambio • La reducción de los ciclos de pedido: producción y adquisición para emprender, crecer y triunfar • La transición de la responsabilidad social corporativa a la corporate sustainability management • Cómo avanzar hacia la ética de los negocios

El libro de los emprendedores

Plataforma
¿Cómo se prepara un business plan? ¿Qué modelos de negocio funcionan en la actualidad? ¿Cómo se redacta un resumen ejecutivo? ¿Cuál es el mejor momento para cambiar la sede física de tu empresa? Todas estas preguntas encuentran su respuesta en este libro especialmente creado para los emprendedores y donde se reúnen las mejores ideas y consejos de la revista

Emprendedores en un único volumen. Diseñado y maquetado igual que esta revista líder en el sector, por primera vez encontrarás todo lo que necesita un emprendedor de forma clara y atractiva.

El Modelo Biasca: Organizational Improvement And Change John Wiley & Sons

Este texto intenta dar muchas respuestas, pero también plantea preguntas como: • ¿Sobreviven más las empresas cuyos fundadores han sido

visionarios, las que han sido creadas a través de un plan o las que se han desarrollado por el trabajo del día a día? • ¿Lo más difícil cuando creamos una empresa es tener una buena idea, saber gestionarla o tomar decisiones respecto a su progreso? • ¿Puede ser viable cualquier idea que pretendamos desarrollar? • ¿Cuándo presenta nuestro proyecto su madurez? Hoy la creación de empresas es un objetivo para muchas personas. Y, es fácil, podemos crearla tras

varios clics, puede crecer y mantenerse tras otros tantos clics, y lo que habíamos aprendido con esfuerzo anteriores parece devenir inútil e innecesario; pero el conocimiento es importante y lo es en tanto que nos ha de ayudar a iniciarnos en lo ya sabido, a mejorar nuestras organizaciones y a llevarlas al mayor de los éxitos. Crear una empresa supone tener aptitudes, habilidades, capacidades y actitudes que vamos desarrollando a lo largo

de nuestros días y que sorprendentemente nos llevan a ser nuestro propio jefe - jefa. La tarea es ardua pero con muchas recompensas. Necesitamos conocer cómo se gestiona una empresa -promover la creatividad, decidir, planificar, organizar, estudiar su viabilidad, trabajar la información, comunicar, dirigir y supervisar- y a todo ello dedicamos la primera parte de este libro. La segunda, a la puesta en marcha y funcionamiento de las decisiones

estructurales, a solucionar preguntas acerca de nuestro nombre, forma jurídica, inversión, financiación, dimensión, crecimiento y localización, y a las decisiones funcionales como aprovisionarnos, seleccionar a nuestro personal, decidir cómo producir y sus correspondientes costes, y cómo vender. El objetivo de este libro, Como crear y hacer funcionar una empresa, es plantear metodológicamente, todas las variables fundamentales para crear,

poner en marcha y para que sobreviva una empresa. Autores: Ma Angeles Gil Estallo, profesora titular de la Universidad Pompeu Fabra, posee amplia experiencia en la creación y dirección de organizaciones públicas, privadas, grupos de docencia e investigación. Fernando Giner de la Fuente, doctor y profesor en la Universidad de Alcalá de Henares, labor que compagina con la consultoría. Índice: Introducción a la administración de

empresas. Creatividad e innovación. Las decisiones empresariales. Viabilidad de la empresa. Los sistemas de información. La planificación. La estructura. La dirección. El control. Elección del nombre y forma jurídica. Decisiones de inversión. Decisiones financieras. Decisiones de dimensión y crecimiento. Decisiones de localización...
Bibliografía española
 Grupo Planeta (GBS)
 Explores the challenges that firms are facing in leadership development and the role of business

schools in this process
¡Estás desaprovechado!
Outskirts Press, Inc.
Tras muchos años de cierto inmovilismo o lento progreso, los consejos de administración se han convertido en un órgano clave en la gestión de las empresas. Cambios legislativos en todo el mundo, incremento de la responsabilidad de los consejeros y profundas modificaciones en el entorno empresarial (globalización, digitalización, relevancia de nuevos mercados como China, India,

Latinoamérica o África) exigen una seria reconsideración del gobierno de la empresa. Los consejos deberán avanzar hacia una mayor profesionalización para conseguir una buena dinámica que garantice el óptimo cumplimiento de sus responsabilidades, Para ello, muchos de sus aspectos principales -tales como la organización, composición, duración, compensación de los miembros, etc.- deben sufrir una profunda revisión. En El consejo 2020 encontrarás la base

y la guía práctica necesaria para este proceso de mejora del consejo de administración, que utiliza el humor y casos reales como ayuda para reforzar algunos puntos clave en este proceso.
una guía práctica
CONECTA
Si eres un profesional con experiencia, te sientes poco motivado en tu trabajo, crees que las cosas se pueden hacer de otra manera, te ves desaprovechado, y estás convencido que pierdes el tiempo: hazte

emprendedor. Óscar Sánchez es un emprendedor experimentado que te quiere ayudar a dar el paso. Él trabajó por cuenta ajena y, cuando fundó su propia empresa, se dio cuenta de que el desarrollo de su proyecto le dio la felicidad, tiempo para sí y los suyos, y unos mayores ingresos. Desde entonces, su mayor ilusión es compartir su optimismo a través del fomento de la iniciativa. En las páginas de este libro te da las pautas para orientar tu idea, propone

ejemplos de negocios a emprender y aporta entrevistas y testimonios de emprendedores que se han salido con la suya. ¡Vaya, cualquiera se resiste a una nueva vida más plena! Inspírate en las ideas de negocio; trucos y consejos para crear tu empresa; formas de rentabilizar tu proyecto; y las experiencias de los que ya han emprendido. *Lo que se aprende en los mejores MBA del mundo* ESIC Editorial
 Cuando se crea una empresa hay muchas

inquietudes que se aproximan a nuestra mente: ¿La idea es viable? ¿Quiénes serán mis clientes? ¿Cuánto comprarán? ¿Qué precio he de poner a mis productos y/o servicios? ¿Qué costes? ¿Qué inversión? ¿Dónde? ¿Cuándo generaré ingresos suficientes para cubrir los costes? ¿Seré el líder? ¿Crearé la empresa yo solo? ¿Qué identidad le damos? ¿Qué forma jurídica? ¿Qué decisiones he de tomar? ¿Sobre qué?... todo está en tu mente, pero sobre todos

estos aspectos has de tener un criterio, un conocimiento. En este libro encontrarás respuestas. Hoy la creación de empresas es un objetivo para muchas personas. Y, es fácil, podemos crearla tras varios clics, puede crecer y mantenerse tras otros tantos clics, y lo que habíamos aprendido con esfuerzo anteriores generaciones ahora parece devenir inútil e innecesario; pero el conocimiento es importante y lo es en tanto que nos ha de

ayudar a iniciarnos en lo ya sabido, a mejorar nuestras organizaciones y a llevarlas al mayor de los éxitos. Crear una empresa supone tener aptitudes, habilidades, capacidades y actitudes que vamos desarrollando a lo largo de nuestros días y que sorprendentemente nos llevan a ser nuestro propio jefe - jefa. La tarea es ardua pero con muchas recompensas. Necesitamos conocer cómo se gestiona una empresa -promover la creatividad, decidir, planificar, organizar,

estudiar su viabilidad, trabajar la información, comunicar, dirigir y supervisar- y a todo ello dedicamos la primera parte de este libro. La segunda, a la puesta en marcha y funcionamiento de las decisiones estructurales, a solucionar preguntas acerca de nuestro nombre, forma jurídica, inversión, financiación, dimensión, crecimiento y localización-, y a las decisiones funcionales como aprovisionarnos, seleccionar a nuestro personal, decidir cómo

producir y sus correspondientes costes, y cómo vender. El objetivo de este libro, Como crear y hacer funcionar una empresa, es plantear metodológicamente, todas las variables fundamentales para crear, poner en marcha y para que sobreviva una empresa. Índice: Introducción a la administración de empresas. Parte I: Creatividad e innovación. Las decisiones empresariales. Viabilidad de la empresa. Los sistemas de información.

La planificación. La estructura. La dirección. El control. Parte II: Decisiones estructurales y sectoriales: Elección del nombre y forma jurídica. Decisiones de inversión. Decisiones financieras. Decisiones de dimensión y crecimiento. Decisiones de localización. Decisiones de aprovisionamiento.- Decisiones de personal.- Decisiones de producción y su valoración económica: los costes.- Decisiones comerciales.- Anexos. Bibliografía. *Monografías Cambridge*

University Press
Una guía fundamental para los directivos y empresarios que quieren impulsar la innovación de su organización. En tiempos de incertidumbre como los que estamos viviendo, directivos y empresarios se enfrentan al reto de innovar y transformar sus organizaciones, y para ello es necesario explorar nuevos caminos y contar con herramientas realmente eficaces. El restaurante elBulli y Ferran Adrià son un referente mundial en

creatividad, y Marcel Planellas ha estudiado sus procesos de innovación hasta convertirlos en una metodología útil y práctica de aplicación en cualquier proyecto profesional o empresarial. El libro rojo de la innovación no es un libro blanco de análisis, ni un libro azul de propuesta, es un libro rojo para pasar a la acción, para ayudarles a impulsar la innovación de sus empresas y prepararlas para los retos del futuro. «Este libro rojo es una invitación para pasar a la acción, para

lanzarte a realizar la Auditoría de la Innovación de tu empresa. ¡Al ataque!». Ferran Adrià, elBullifoundation Reseñas: «Siempre he admirado la capacidad de Ferran Adrià para innovar e inspirar. En este libro Marcel Planellas hace un análisis 360º del caso de elBulli y nos muestra cómo aplicar la Auditoría de la Innovación, una herramienta para que todos podamos innovar en nuestras organizaciones». José Andrés, Chef y fundador de la ONG World Central Kitchen. «El

profesor Marcel Planellas y Ferran Adrià han elaborado un brillante manifiesto de la innovación. Aquí está todo: métodos, modelos, cultura, creatividad y pasión, deliciosamente ilustrado y claramente explicado». Henry Chesbrough, Profesor de la Universidad de Berkeley «Cualquier empresa, grande o pequeña, que utilice la Auditoría de la Innovación puede mejorar la eficiencia, la eficacia y los resultados». Michelle Greenwald, ex

vicepresidenta senior de Disney y consultora. «Este es un libro diferente de los tradicionales manuales de gestión. Marcel Planellas entrelaza tres libros en uno, con una muy útil sorpresa final». Koldo Echebarria, Director General de ESADE

¿Somos malas madres?
Grupo Planeta (GBS)

Emprendiendo hacia el 2020 es un vibrante análisis en profundidad del proceso de creación de empresas, que se aborda de forma muy amena y agradable desde una perspectiva humana

y realista. El pensamiento económico de Pedro Nuño se encuadra en la escuela de Harvard y del IESE y está contrastado por su amplia experiencia profesional como asesor de la más alta dirección de empresas e instituciones internacionales. Nuño ofrece una visión profesional, moderna y apasionante de lo que él mismo define como "el arte de crear empresas y sus artistas", salpicada de abundantes análisis de casos reales. En estas páginas el lector

encontrará una descripción del ciclo vital de la empresa, que comprende una fase prenatal (con elaboración de un buen proyecto de empresa o business plan, la previsión de su éxito y los criterios para valorar su potencial), una fase de nacimiento (que aborda las cuestiones de la financiación y cómo conseguirla, los viveros de empresas, las subvenciones oficiales, etc.) y una fase postnatal (cuando la empresa demuestra que ya puede funcionar por sí sola y el

emprendedor debe concentrarse en planificar (crecimiento)
una estrategia de

Related with Libro Iniciativa Emprendedora Harvard Business Review:

- Pic Of Anatomy Of Abdomen : [click here](#)