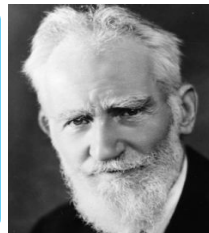


Índice

Uns vêem coisas que **existem** e perguntam-se: **porquê?**
Outros vêem coisas que **não existem** e perguntam-se: **porque não?**

Bernard Shaw (1856-1950)
dramaturgo, romancista, ensaísta e jornalista irlandês



0. Prefácio.....	9
I. (Introdução): a quem é útil este livro?	13
II. (Importância): De garagens e quartos de universidade a Multinacionais	23
2.1 A importância do empreendedorismo.....	23
2.2 Pessoas (não empresas); jovens (não adultos); com pouco dinheiro (não ricos)	25
2.3 Schumpeter: o profeta da inovação e as ondas no lago.....	35
III. As várias facetas do empreendedorismo: invenção, inovação, segmento e nicho	43
3.1 Os vários tipos de inovações.....	43
3.2 Distinguindo a inovação de outros conceitos	65
3.3 Conclusão.....	78
IV. O ponto de partida: a necessidade não satisfeita (seis passos para a encontrar)	83
4.1 Introdução.....	83
4.2 O exemplo da American Girl	88
4.3 Usando o exemplo da American Girl para encontrar oportunidades	91

V. O plano de mercado (externo)	151
5.1 Introdução: o tempo e o plano.....	151
5.2 A história de Jack LaLanne	153
5.3 O plano de mercado (externo)	156
5.4 O que é valor para o cliente?	157
5.5 Quem é o cliente?	159
5.6 Onde está o cliente?.....	172
5.7 Que outras necessidades do cliente não estão satisfeitas?	195
5.8 Conclusão.....	198
VI. O plano organizacional (interno).....	205
6.0 Introdução.....	205
6.1 Produção	206
6.2 Pessoas	216
6.3 Financiamento	231
6.4 Conclusão.....	276
VII. Conclusão	281
7.1 Introdução.....	281
7.2 As reflexões de Drucker sobre a inovação.....	282
7.3 Outras reflexões	285
Sugestão de outras leituras.....	303