

## INDICE

Prefacio	XVIII
Acerca de los Autores	1
<b>Parte 1</b>	
<b>Introducción al Ambiente Contemporáneo de Negocios</b>	2
<b>Capitulo 1. Compresión del sistema de Negocios de Estados Unidos</b>	2
“Esto no es 1969”: Negocio en Woodstock II	2
El concepto de negocio y el concepto de utilidad	4
Sistemas económicos globales	5
Medios de producción	5
Tipos de sistemas económicos	6
<b>* El Desafío del Cambio Europa vende las Joyas del Estado</b>	10
El sistema económico de Estados Unidos	11
Mercados, oferta y demanda	11
La empresa privada	14
Grados de competencias	15
La evaluación de los sistemas económicos	18
Metas económicas	18
Medición del desempeño económico	21
El manejo de la economía estadounidense	24
<b>*Un viaje al Campo de las Empresas Chaparral Steel</b>	26
Resumen de los objetivos de aprendizaje	28
Preguntas y ejercicios de estudio	29
Construyendo sus habilidades de negocios	30
<b>Caso de negocios 1: Los Emprendedores corren a Desafiar al “Correo a paso de Tortuga”</b>	32
<b>Capitulo 2.- Conducción de los Negocios en Estados Unidos</b>	34
<b>Walden Paddlers acude a fuentes externas</b>	34
Una breve historia de los negocios en Estados Unidos	36
La época colonial	36
El sistema de fábricas y la Revolución Industrial	37
El laissez – faire y la época emprendedora	37
La era de la producción	38
La era de la mercadotecnia	39
La era global	39
Los tipos de organizaciones de negocios	40
Un solo dueño	40
Sociedades	41
Cooperativas	44
Corporaciones	44
La Creación y Administración de una Corporación	48
El gobierno corporativo	49
Temas especiales en la propiedad corporativa	51
<b>*El Desafío del cambio. la Época del Activismo de los Accionistas</b>	56
Resumen de los objetivos de aprendizaje	56
Preguntas y ejercicios de estudio	58
Construyendo sus habilidades de negocios	59

<b>Caso de Negocios 2: La Computación del Mundo de 3– D</b>	60
<b>Capitulo 3.- La Compresión del Contexto Global de los Negocios</b>	62
<b>Ford Explora el Automóvil Mundial</b>	62
El surgimiento de los negocios internacionales	65
La economía global contemporáneo	65
Los principales mercados mundiales	66
Formas de ventajas competitiva	68
Balanzas de importación – exportación	68
Tipos de cambio	69
<b>* El Desafío del Cambio Mercedes – Benz se Dirige al sur</b>	72
La administración de negocios internacionales	72
Hacia la internacionalización	73
Niveles de involucramiento	75
Estructuras organizacionales internacionales	77
Barreras al Comercio Internacional	81
Diferencias sociales y culturales	81
Diferencias económicas	82
Diferencias políticas y legales	83
Resumen y ejercicio de estudio	87
Construyendo sus habilidades de negocios	88
<b>Caso de Negocios 3: Un Ratón Estadounidense en París</b>	90
<b>Capitulo 4.- Compresión del Contexto Legal de los Negocios</b>	92
<b>McDonald’s Cocina Demanda</b>	92
¿Qué es la ley?	94
Derecho consuetudinario	94
Derecho estatuario	95
Derecho regulatorio	95
<b>*El Ambiente Natural. El Legado del Día de la Tierra</b>	100
El sistema judicial de Estados Unidos	102
El sistema de tribunales	102
Procedimiento judicial	103
Derecho Mercantil	104
Legislación de contratos	104
Legislación de responsabilidades civiles extracontractuales	106
Legislación de la propiedad	110
Legislación de agentes	113
Derecho mercantil	114
Legislación de quiebra	115
El marco internacional	117
Regulación de los negocios internacionales	120
El derecho estadounidense en el contexto internacional	121
Resumen de los objetivos de aprendizaje	121
Preguntas y ejercicios e estudio	122
Construyendo sus habilidades de negocios	123
<b>Caso de Negocios 4: ¿Trató con suavidad el Departamento de Justicia a Bill Gates?</b>	124
<b>Capitulo 5.- Conducción de los Negocios con Ética y Responsabilidad</b>	126
<b>Pepsi Despierta de una Pesadilla de Relaciones Públicas</b>	126

La ética en el lugar de trabajo	128
Las responsabilidad social	134
<b>*El Ambiente en el Lugar de Trabajo. El Alto Precio de las Indignidades Ilegales</b>	134
La evolución de la responsabilidad social	136
Áreas de responsabilidad social	137
La responsabilidad hacia el ambiente	137
La responsabilidad hacia los clientes	142
La responsabilidad hacia los empleados	143
La responsabilidad hacia los inversionistas	145
Implantación de los programas de responsabilidad social	148
La administración de los programas de responsabilidad social	149
La responsabilidad social y la empresa pequeña	150
Resumen de los objetivos de aprendizaje	150
Preguntas y ejercicios de estudio	151
Construyendo sus habilidades de negocios	152
<b>Caso de Negocios 5: El espía Industrial que Vino del Frío</b>	154
<b>Caso de estudio 1: “Tan seguros que usted se puede morir”: La dependencia que desea estar cien por ciento segura</b>	156
<b>Parte 2.</b>	
<b>El Negocio de la Administración</b>	158
<b>Capítulo 6.- La Administración de la Empresa de Negocios</b>	158
<b>Administración a Vuelo de Pájaro</b>	158
El establecimiento de metas y la formulación de estrategia	161
El establecimiento de las meta de negocios	161
La formulación de la estrategia	163
Planeación de contingencias y administración de la crisis	167
El proceso administrativo	168
Planeación	168
Organización	169
Dirección	170
Control	170
Tipos de gerentes	170
<b>*El Ambiente en el Lugar de Trabajo. Administración como Descuido en General Electric</b>	172
Áreas de administración	173
Habilidades administrativas básicas	175
Habilidades técnicas	175
Habilidades de relaciones humanas	175
Habilidades conceptuales	176
Habilidades para la toma de decisiones	176
Habilidades de administración del tiempo	177
Habilidades administrativas para los noventa	177
Administración de la cultura corporativa	179
La comunicación de la cultura y la administración del cambio	180
Resumen de los objetivos de aprendizaje	182
Preguntas y ejercicios de estudio	183
Construyendo sus habilidades de negocios	184
<b>Caso de Negocios 6: Los Negocios Reclutan a unas Cuentas Buenas</b>	186

Mujeres	
<b>Capítulo 7.- Organización del Negocio</b>	188
<b>Hewlett – Packard elimina Defectos</b>	188
¿Qué es una estructura organizacional?	190
Los determinantes de la organización	191
Cadena e mando	191
Los pilares de la estructura organizacional	192
Especialización	192
Departamentalización	193
Organización de procesos	195
El establecimiento de la jerarquía de la toma de decisiones	196
La asignación de tareas: obligación y autoridad	197
Desempeño de tareas: delegación y responsabilidad	198
La distribución de la autoridad: Centralización y descentralización	198
Tres formas de autoridad	200
<b>*Viaje al Campo de negocios “Uno Tiene que Estimular la Creatividad Apenas para Conservar su Lugar”</b>	202
Las formas básicas de la estructura organizacional	202
Organizaciones funcional	204
Organización matricial	206
Organización internacional	207
Organización informal	208
Los sistemas organizacionales formales en comparación con los informales	208
Sistemas informal de comunicaciones	209
Espíritu emprendedor interno	209
Resumen de los objetivos de aprendizaje	211
Preguntas ejercicios de estudio	212
Construyendo sus habilidades de negocios	213
<b>Caso de Negocios 7: Johnson &amp; Johnson: El Imperio Descentralizado</b>	214
<b>Capítulo 8.- La Compresión del Espíritu Emprendedor y la Pequeña Empresa</b>	216
<b>Ryka Ilega Corriendo al Mercado</b>	216
¿Qué es una pequeña empresa?	218
La importancia de la pequeña empresa en la economía de Estados Unidos	219
Formas más populares de la pequeña empresa	222
Espíritu emprendedor	226
La diferencia entre espíritu emprendedor y la pequeña empresa	226
Características emprendedoras	226
El fracaso y el éxito en las pequeñas empresas	228
Tendencias en los inicios de las pequeñas empresas	228
Razones del fracaso	230
Razones del éxito	230
<b>*El ambiente natural” “El negocio se está levantado”</b>	231
Inicio y operación de la pequeña empresa	231
Inicio de la pequeña empresa	232
El financiamiento de la pequeña empresa	234
Fuentes e asesoría administrativa	237

Franquicias	239
El crecimiento de las franquicias	240
Ventajas y desventajas de las franquicias	240
Resumen de los objetivos de aprendizaje	241
Preguntas y ejercicios de estudio	242
Construyendo sus habilidades de negocios	242
Caso de Negocios 8: KFC va por El Dorado	244
<b>Caso de estudio 2:</b> “Si no es divertido, ¿por qué lo hace?”: El sabor de la cultura en Ben & Jerrys	246
<b>Parte 3.</b>	
<b>La Compresión de la Gente en las Organizaciones</b>	248
<b>Capitulo 9.- La Administración de los Recursos Humanos</b>	248
<b>¿Es la Reducción de Impuestos un Valor Familiar?</b>	248
Los fundamentos de la administración de recursos humanos	250
Relación con el puesto y la adecuación persona – puesto	250
La planeación de recursos humanos	251
La integración del personal	251
Integración externa	252
<b>*El Ambiente en el Lugar de Trabajo Pruebas Antidrogas en el Lugar de Trabajo</b>	254
Integración Interna: Ascensos	255
El desarrollo de la fuerza de trabajo	255
Orientación	255
Capacitación y desarrollo	256
Evaluación del desempeño	257
Remoción y separación	258
Compensaciones y prestaciones	260
Sueldos y salarios	260
Programas de incentivos	260
Programa de prestaciones	262
Temas legales y éticos en la administración del personal	263
Igualdad de oportunidades de empleo	263
Pago igual y valor comparable	266
Seguridad y salud ocupacional	268
Empleo a voluntad	269
Nuevos desafíos en el cambiante lugar de trabajo	269
La administración de la diversidad en la fuerza de trabajo	269
La fuerza de trabajo para contingencias	272
Resumen de los objetivos de aprendizaje	274
Preguntas y ejercicios de estudio	275
Construyendo sus habilidades de negocios	276
<b>Caso e Negocios 9:</b> El Color de la Oportunidad de Empleo en América	278
<b>Capitulo 10.- La Comprensión de la Motivación y Liderazgo de los Empleados</b>	280
<b>El Liderazgo como Proposición Deportiva</b>	280
Las relaciones humanas en el lugar de trabajo	282
La importancia de la satisfacción y la moral	282
Tendencias recientes en el manejo de la satisfacción y la moral	284
La motivación en el lugar de trabajo	285

La teoría clásica y la administración científica	285
La teoría del comportamiento: los estudios de Hawthorne	286
Teorías motivacionales contemporáneas	286
Estrategias para la satisfacción y la motivación en el trabajo	291
Teorías de modificación del comportamiento por medio de reforzamiento	292
Administración por objetivos	292
La administración participativa y la delegación de facultades	293
<b>*Viaje al Campo de Negocios “Queremos que los empleados piense como dueños”</b>	296
Enriquecimiento y rediseño del puesto	296
Programas modificados de trabajo	299
Programas de tiempo flexible y estrategias de lugar alternativo de trabajo	300
Estilos gerenciales y liderazgo	303
Estilos gerenciales	304
El enfoque de contingencias del liderazgo	306
La motivación y el liderazgo en los noventa	306
Resumen de los objetivos de aprendizaje	307
Preguntas y ejercicios de estudio	308
Construyendo sus habilidades de negocios	309
<b>Caso de Negocios 10: El Manejo de la Angustia en el Servicio Postal de Estados Unidos</b>	312
<b>Capítulo 11.- La Compresión de las Relaciones Obrero Patronales</b>	314
<b>El gato sisea en la UAW, ronronea en el piso de la fábrica</b>	314
¿Por qué se sindicalizan los obreros?	316
La evolución del sindicalismo en Estados Unidos	317
Los primeros sindicatos	317
El surgimiento de los principales sindicatos	319
El sindicalismo en la actualidad	321
Los factores en la reducción del poder sindical	322
El futuro de los sindicatos	324
La estructura sindical contemporánea	327
<b>*El Ambiente en el Lugar de Trabajo ¡Trabajadores del Mundo, Reorganizaos!</b>	328
Las leyes que gobiernan las relaciones obrero – patronales	330
Las principales leyes laborales	330
Otras leyes	333
Cómo se reorganizan y certifican los sindicatos	333
Negociación colectiva	334
Alcanzar un acuerdo sobre los términos contractuales	335
Temas contractuales	335
Cuando fracasa la negociación	338
Resumen de los objetivos de aprendizaje	340
Preguntas y ejercicios de estudio	341
Construyendo sus habilidades de negocios	242
<b>Caso de negocios 11: El Nuevo Título de los Puestos en United Airlines: “Propietario”</b>	344
<b>Caso de estudio 3: “No se le paga por pensar: Concrétese a hacer su trabajo”</b>	346

<b>Parte 4.</b>	
<b>La Administración de Operaciones</b>	348
<b>Capítulo 12.- La producción de Bienes</b>	348
<b>GM encuentran Nuevas Maneras de Mover el Metal</b>	348
Una breve historia de la manufactura	350
La creación de valor por medio de la producción	352
Procesos de operaciones	352
<b>*El Ambiente Natural. El Reverdecimiento del Mundo Automotriz</b>	354
Planeación de operaciones	355
Pronóstico	355
Planeación de capacidad	356
Planeación de la localización	357
Planeación de la distribución física	359
Planeación de la calidad	363
Planeación de métodos	363
Programación de operaciones	363
Herramientas para la programación	364
Control de operaciones	365
Administración de materiales	366
Herramientas para el control de operaciones	368
Terminación del proceso de administración de operaciones: retroalimentación	370
La automatización y el proceso de producción	370
Mecanización y automatización	370
Las computadoras y la robótica	371
La producción y la pequeña empresa	373
Resumen de los objetivos de aprendizaje	374
Preguntas y ejercicios de estudio	375
Construyendo sus habilidades de negocios	376
<b>Caso de Negocios 12: Compaq Programa un Plan para Llegar a la Cima</b>	378
<b>Capítulo 13.- Producción de Servicios</b>	380
Operaciones de servicio: Un panorama general	382
Crecimiento de los sectores de bienes y servicios	382
Diferencias en el enfoque de servicios	384
Clasificación de las operaciones de servicio	388
Medición del contacto con el cliente	388
Aplicación del modelo de manufactura	390
Operaciones de servicio: Planificación y programación	391
Planificación de la capacidad	391
Planificación de la ubicación	391
<b>* El Desafío del Cambio. Ganadores en el Sector Servicios</b>	392
Diseño del sistema	394
Planeación de la distribución de instalaciones (física)	395
Programación	396
Control de operaciones de servicio	397
Control de la oferta y la demanda	397
Los recursos humanos y control de calidad	400
Problemas especiales de producción y control en operaciones de	402

servicio resumen de los objetivos de aprendizaje	
Preguntas y ejercicios de estudio	403
Construyendo sus habilidades de negocios	404
<b>Caso de negocios 13:</b> Los Lugares recreativos para esquiar elevan sus ventas con servicio	406
<b>Capítulo 14.- Administración para la Productividad y la Calidad</b>	408
“Mi Otro Auto es un Jaguar”	408
La conexión productividad – calidad	410
Respondiendo al reto de la productividad	411
Una verificación de la realidad para la supervivencia de los negocios	411
Productividad doméstica	412
Medición de la productividad	418
Mediciones totales y parciales de la productividad	418
Medidas de productividad de la mano de la obra de una compañía	419
Administración de calidad total	420
Administración de la calidad	420
Herramientas para la administración de la calidad total	422
Análisis del valor agregado	423
Control estadístico del proceso	423
Estudios de calidad/costo	425
Equipos de mejoramiento de la calidad	426
Marca de prácticas líderes	426
Tendencias en la administración de la productividad y la calidad	429
<b>*Viaje al Campo de Negocios “Hay que mantener el molino en operación, o se pierden 10 000 dólares por hora”</b>	430
Productividad y calidad como herramienta competitivas	430
Mantenerse cerca del cliente	431
Inversión en innovación y tecnología	433
Adopción de una perspectiva de largo plazo	434
Insistencia en la calidad de la vida de trabajo	434
Mejoras en el sector servicios	435
Resumen de los objetivos de aprendizaje	436
Preguntas y ejercicios de estudio	437
Construyendo sus habilidades de negocios	438
<b>Caso de Negocio 14:</b> ¿Cuándo es excesivos un número suficiente de motocicletas?	400
<b>Caso de estudio 4:</b> “Éste deber ser uno de los mayores desastres de planificación del mundo”: Hacer que el Aeropuerto Internacional de Derver Despegue	442
<b>Parte 5.</b>	
<b>La Compresión de los Principios de Mercadotecnia</b>	444
<b>Capítulo 15.- La Compresión de los Procesos de Mercadotecnia y el Comportamiento del Consumidor</b>	444
<b>Practicando la minería en el Mercado Musical</b>	444
¿Qué es la Mercadotecnia?	446
Mercadotecnia: Bienes, servicios e ideas	447
El entorno de la mercadotecnia	447
Planificación y ejecución de una estrategia de mercadotecnia	452
La mezcla de mercadotecnia	453



Mercadotecnia por metas y segmentación del mercado	456
Identificación de los segmentos del mercado	456
<b>*El Desafío del Cambio. El Consumidor Negro como Mercado Meta</b>	460
Investigación de mercados	462
El proceso de investigación	462
Métodos de investigación	463
La comprensión del comportamiento del consumidor	464
Influencias en el comportamiento del consumidor	464
El proceso de compra del consumidor	467
La mercadotecnia Organizacional y su comportamiento de compra	469
Mercados organizacionales	469
Comportamiento de compra organizacional	470
La mezcla de mercadotecnia internacional	472
Productos internacionales	473
Precios internacionales	473
Promoción internacional	473
Distribución internacional	473
Las pequeñas empresa y la mezcla de mercadotecnia	474
Productos en las pequeñas empresas	474
Fijación de precios en las pequeñas empresas	474
Promoción en las pequeñas empresas	475
Distribución en las pequeñas empresas	475
Resumen de los objetivos de aprendizaje	475
Preguntas y ejercicios de estudio	476
Construyendo sus habilidades de negocios	477
<b>Caso de Negocios 15: El Arte y Ciencia del Control de Tránsito en los Pasillos</b>	478
<b>Capítulo 16.- Desarrollo y Fijación de Precios de los Productos</b>	480
<b>P &amp; G “se la juega” en la mezcla de mercadotecnia</b>	480
¿Qué es un producto?	482
Características y beneficios	482
Clasificación de bienes y servicios	483
La mezcla de productos	485
Desarrollo de nuevos productos	485
El proceso de desarrollo de nuevos productos	486
Desarrollo de productos para mercados internacionales	490
El ciclo de vida del producto	490
Etapas del ciclo de vida del producto	491
Ajuste de la estrategia de mercado durante el ciclo de vida	491
Extensión de la vida del producto: Una alternativa para nuevos productos	492
La matriz de crecimiento/participación	493
Identificación de productos	493
Asignación de marcas a los productos	494
Empaque de productos	498
Etiquetado de productos	498
Determinación de precios	498
Fijación de precios para cumplir los objetivos del negocio	499
Herramientas para la fijación de precios	500

<b>*El Ambiente Natural. ¿Aceptarán los Consumidores Precios más Altos?</b>	502
Estrategias y tácticas de precios	504
Estrategia de precios	504
Tácticas de fijación de precios	506
Fijación de precios internacionales	507
Resumen de los objetivos de aprendizaje	509
Preguntas y ejercicios de estudio	510
Construyendo sus habilidades de negocios	511
<b>Caso de Negocios 16: “Este no es un producto para los fanático de las computadoras</b>	512
<b>Capítulo 17.- Promoción de Productos</b>	514
<b>En el Interior de Intel</b>	514
La importancia de la promoción	516
Valores de información e intercambio	517
Objetivos, estrategias y herramientas promocionales	518
Objetivos promocionales	518
Estrategias promocionales	520
Medios publicitarios	525
Tipos de publicidad	529
Publicidad para mercados específicos	529
Preparación de la campaña con una agencia de publicidad	532
Regulación de la publicidad	533
Promociones de ventas personales	534
Promociones de ventas personales	534
Administración de la fuerza de ventas	353
Tareas de las ventas personales	535
El proceso de ventas personales	536
Promociones de ventas	537
Tipos de promoción de ventas	537
<b>* Viaje al Campo de Negocios “Nuestros clientes nos conocen y nosotros los conocemos a ellos”</b>	538
Propaganda y relaciones públicas	540
Estrategias internacionales de promoción	541
Crecimiento de la publicidad mundial	541
Surgimiento de la perspectiva	542
Prácticas promocionales en pequeñas empresa	544
Publicidad en negocios pequeños	544
El papel de las ventas personales e pequeñas empresas	544
Promociones en pequeñas empresas	545
Resumen de los objetivos de aprendizaje	545
Preguntas y ejercicios de estudio	546
Construyendo sus habilidades de negocios	547
<b>Caso de negocios 17: “Consideramos que Nuestra Publicidad”</b>	548
<b>Capítulo 18.- Distribución de Productos</b>	550
<b>Avon sigue Llamando Ventas</b>	550
La mezcla de distribución	552
Intermediarios y canales de distribución	552
Estrategias de distribución	557

Conflicto y liderazgo de canales	558
Ventas al mayoreo	560
Mayoristas comerciantes	560
Agentes y corredores	561
Tendencias en la relaciones cliente – intermediario	561
Ventas al detalle	562
Tipos de puntos de venta detallista	562
<b>*El Desafío del Cambio. Los Comerciantes Estadounidenses de Descuento hacen el Extranjero</b>	568
Detallista que no son tiendas	569
La rueda de las ventas detallistas	572
Distribución física	573
Operaciones de servicio al cliente	573
Operaciones de almacenamiento	573
Operaciones de transporte	575
Compañías especializadas en transportación	578
La distribución como una estrategia de mercadotecnia	578
Resumen de los objetivos de aprendizaje	580
Preguntas y ejercicios de estudio	581
Construyendo sus habilidades de negocios	582
<b>Caso de Negocio 18: El Alto Precio de una Estrategia Defectuosa</b>	584
<b>Caso de Estudio 5: “Esta puede no ser ropa para la calle, pero...”. El teatro contemporáneo de la moda</b>	586
<b>Parte 6.</b>	
<b>Administración de la Información</b>	588
<b>Capítulo 19.- La Administración de Sistemas de Información y Tecnología de las Comunicaciones</b>	588
<b>Los Negocios se Conectan a Internet</b>	588
Administración de la información: Un panorama global	590
Datos frente a información	591
Sistemas de información gerencial	592
Elementos del sistema de computación	595
Hardware	595
Software	598
Personas	600
Control	601
Bases de datos y programas de aplicaciones	602
Datos y bases de datos	602
Programas de aplicación	603
Tipos de sistemas de cómputo	606
Categorías de los sistemas según su tamaño	607
Arquitectura de sistemas	608
Miniaturización	609
La unión de la información y la tecnología de las comunicaciones	610
Inteligencia artificial	611
<b>*Viaje al Campo de Negocios. ¿Quién Necesita Papeles?</b>	612
Sistemas expertos	612
Automatización de la oficina	613
Sistemas de información ejecutiva	614

Sistemas de información de manufactura	614
Sistemas de comunicación multimedia	615
Las computadoras en las pequeñas empresas	617
Resumen de los objetivos de aprendizaje	617
Preguntas y ejercicios de estudio	619
Construyendo sus habilidades de negocios	619
<b>Caso de negocios 19: Greyhound casi se mete a la perrera</b>	620
<b>Capítulo 20.- Compresión de los Principios de Contabilidad</b>	622
<b>Los Infortunios Monetarios Desgatan un Imperio de los Medios</b>	622
¿Qué es la contabilidad y quién utiliza información contable?	624
Usuarios de la información contable	625
¿Quiénes son los contadores y qué es lo que hacen?	626
Contabilidad financiera administrativa	626
Contadores públicos certificados	627
Contadores privados	629
Herramientas de la práctica contable	630
Registros con diarios y libros	630
La ecuación contable	632
Contabilidad de partida doble	633
Cargos y abonos: la cuenta T	633
Estados financieros	634
Balances	634
Estados de resultados	637
Estados de flujo de efectivo	638
El presupuesto: un estado financiero interno	639
Análisis de estado financieros	639
<b>*El Desafío del Cambio. Cómo los Auditores Proponen hacerse Contabilizables</b>	640
Razones de solvencia a corto plazo	640
Razones de solvencia a largo plazo	642
Razones de rentabilidad	644
Razones de actividad	645
Contabilidad internacional	646
Cambio de monedas extranjeras	647
Compras internacionales	648
Ventas internacionales a crédito	649
Contabilidad de subsidiarias internacionales	650
Resumen de los objetivos de aprendizaje	651
Preguntas y ejercicios de estudio	652
Construyendo sus habilidades de negocios	653
<b>Caso de negocio 20: Finanzas Fabricadas de Leslie Fay</b>	654
<b>Caso de estudio 6: “Una puesta en práctica abominable” o el sonido de una vos que haba</b>	565
<b>Parte 7.</b>	
<b>Compresión de los Aspectos Financieros</b>	658
<b>Capitulo 21.- Compresión del Dinero y la Banca</b>	658
<b>Aprendiendo a Apoyarse en la Base de Clientes</b>	658
¿Qué es el dinero?	660
Las características del dinero	660

Las funciones del dinero	661
La provisión de dinero: M - 1	662
“Dinero amplio”: M – 2	663
Tarjetas de crédito	665
El sistema financiero estadounidense	667
Instituciones financieras	667
Servicios financieros especiales	670
<b>*El Desafío del Cambio. Es Oficial: El Carácter Cuenta</b>	671
Los bancos como creadores de dinero	673
La reglamentación de la banca comercial	674
El sistema de la Reserva federal	676
La estructura del Fed	676
Las funciones de Fed	676
Las herramientas del Fed	679
El cambiante sistema monetario y bancario	681
Desregulación	681
Banca interestatal	682
El impacto de las tecnologías electrónicas	683
Supermercados financieros	685
Banca y las finanzas internacionales	685
La banca internacional en bancos estadounidenses	685
Tasas de cambio y comercio internacional	685
El proceso de pagos internacionales	688
La estructura de la banca internacional	689
Resumen de los objetivos de aprendizaje	690
Preguntas y ejercicios de estudio	691
Construyendo sus habilidades de negocios	692
<b>Caso de Negocios 21: ¿Es el Tío Sam una Carga para los Banqueros?</b>	694
<b>Capítulo 22.- Compresión de los Valores e Inversiones</b>	696
Mercados de valores	698
Mercados de valores primarios y secundarios	698
Acciones	700
Acciones comunes	700
Acciones preferentes	702
<b>* El Desafío del Cambio. Ningún Mercado es una Isla; o: “Siempre hay un rebote”</b>	703
Bolsas de valores	704
Bonos	709
Bonos del gobierno estadounidense	709
Bonos municipales	710
Bonos corporativos	711
El retiro de bonos	712
Mercados secundarios para los bonos	713
Otras inversiones	713
Fondos mutualistas	713
Mercancías	715
Compra y venta de valores	716
Servicios de información financiera	716

Colocación de órdenes	721
Financiamiento de compras	722
Regulación del mercado de valores	723
La comisión y Bolsa de Valores	724
Resumen de los objetivos de aprendizaje	724
Preguntas y ejercicios de estudio	726
Construyendo sus habilidades de negocios	726
<b>Caso de negocios 22:</b> ¡Wham! ¡Bang! ¡Pow! Las Maravillas de aparecer en el Mercado de Valores	728
<b>Capítulo 23.- Compresión de la Administración Financiera y de Riesgo</b>	730
<b>Ross Pert concede Algún Crédito a Los Emprendedores</b>	730
El papel del gerente financiero	732
Responsabilidad del gerente financiero	732
¿Por qué necesitan fondos los negocios?	734
Gastos a corto plazo (de operación)	734
Gastos a largo plazo (de capital)	738
Las fuentes de fondos a corto plazo	738
Crédito comercial	738
Préstamos garantizados a corto plazo	738
Préstamos a corto plazo no garantizados	739
Factoraje de cuentas por cobrar	740
Fuentes de fondos a largo plazo	740
Financiamiento con deuda	741
Financiamiento con capital	742
Financiamiento híbrido: Acciones preferentes	746
Elección entre financiamiento con deuda y con capital	746
La relación riesgo – rendimiento	747
<b>*Viaje al Campo de Negocios. “La Marea Creciente Levanta todos los botes”</b>	748
La administración financiera para empresas pequeñas	748
Planificación de requerimientos de flujo de efectivo	751
La administración de riesgos	752
El manejo del riesgo	752
El programa contemporáneo de administración de riesgos	754
Resumen de los objetivos de aprendizaje	755
Preguntas y ejercicios de estudio	756
Construyendo sus habilidades de negocios	757
<b>Caso de Negocios 23:</b> La Gran Apuesta de un Corredor de Barings hace que un Banco Quiebre	758
<b>Caso de estudio 7:</b> “Demasiadas manos en el arroz:”. El rublo entre los escombros	760
El negocio de asegurar	A-0
La base estadística de los seguros	A-0
Riesgos asegurables frente a otros no asegurables	A-1
Tipos de compañías de seguros	A-1
El Producto del Seguro	A-2
Seguros de responsabilidad	A-2
Seguro de propiedades	A-3

Seguro de vida	A-5
Seguros de salud	A-6
Formas especiales de seguros para negocios	A-8
Autoaseguramiento	A-8
Glosario	G-1
Notas, Créditos y Fuentes	N-1
Índice	IN-1