

INDICE

Primera parte en los negocios	
Capítulo 1. La empresa privada	2
¿Qué es un negocio?	3
Actividades clave para un negocio	6
Objetivos de los negocios	11
La iniciativa privada y la economía	13
Capítulo 2. El ambiente comercial cambiante	28
Cambios económicos	29
Cambios demográficos	37
Cambios sociales	43
Consumismo	44
Situación de la mujer en México	47
Capítulo 3. Manejo de información y computadoras	53
Información y administración	54
Sistemas de información general	55
Computadoras	58
Computadoras grandes y pequeñas	60
Hardware de la computadora	61
Software de la computadora	62
Microcomputadoras	65
Aplicaciones de la computadora en los negocios	67
Toma de decisiones con ayuda de la computadora	71
Problemas de las computadoras	73
Capítulo 4. Formas de propiedad en los negocios: el caso de México	82
Propiedades de una sola persona	83
Tipos de sociedades	87
Sociedad anónima	90
Tipos especiales de organizaciones	94
Fusiones y adquisiciones	95
Capítulo 5. La pequeña empresa y el sistema de franquicias	104
¿Qué tan pequeña es una empresa?	
¿Qué tan grande es una empresa?	105
Tipos de pequeñas empresas	106
¿La pequeña empresa lo es para usted?	110
Compra de una empresa pequeña	115
Inicio de un pequeño negocio	117
Franquicias	120
Segunda parte. Administración de la empresa	132
Capítulo 6. Administración y organización	133
¿Qué es administración?	134
Efectividad de la organización	
Diseño organizacional	136
Cultura organizacional	143
Funciones de los administradores	145
Roles administrativos	149
Toma de decisiones administrativas	150
El poder en las organizaciones	154

Manejo del cambio en la organización	155
Capítulo 7. Motivación a los empleados	163
Primeras perspectivas de motivación en el trabajo	164
La teoría de la modificación hoy	165
Premios para los empleados	168
Insatisfacción en el trabajo	170
Liderazgo	172
Manejo de conflictos	173
Otras formas de motivar a los empleados	176
La administración por objetivos y la productividad: el caso de México	181
Los mejores lugares para trabajar	184
Capítulo 8. Administración de recursos humanos	190
Planeación de recursos humanos	191
Proveer de personal a la compañía	192
Restricciones en la contratación de mujeres y niños	195
Entrenamiento y desarrollo	202
Evaluación del desempeño	208
Capítulo 9. Relaciones obrero-patronales	217
Antecedentes de la ley federal del trabajo de México	218
Sindicatos	219
Estructura sindical en México	
Principales derechos y obligaciones de los sindicatos	220
Titularidad del contrato colectivo del trabajo	
Tipos de sindicatos	221
Federaciones y confederaciones sindicales	
Cuando ha llegado el momento de organizarse	
Negociación colectiva	222
Cláusula de admisión	
Cláusula de separación	
Reglamento interior de trabajo	
Solución de las disputas	226
Fuentes de fuerza de negociación	228
Nuevos desarrollos en las relaciones obrero-patronales	
Codeterminación	232
Capítulo 10. Administración de operaciones	236
Operaciones y administración de operaciones	238
Fabricación moderna	242
Compra de materiales y control de inventarios	243
Planeación y control de producción	249
Control de calidad	255
Políticas de mantenimiento	259
Tercera parte. Dirección de mercadotecnia	267
Capítulo 11. Mercadotecnia: un principio estratégico	269
Definición de mercado	
Macromercadotecnia	270
Micromercadotecnia	272
El concepto de mercadotecnia	276
Comportamiento del comprador	278
Segmentación del mercado	279

Investigación de mercado	286
Limitaciones de la investigación de mercados	287
Ampliación del concepto de mercadotecnia	288
Capítulo 12. Gerencia de producto	295
Clasificación el producto	296
¿Y los servicios?	298
Ciclo de vida del producto	301
Marcas	309
Empaque	313
Desarrollo de nuevos productos	
¿Qué es lo que hace que un producto tenga éxito?	314
Capítulo 13. Canales de distribución	326
Canales de distribución	327
Mayoreo	331
Menudeo	333
Centros comerciales	341
Distribución física	343
Administración de inventarios	347
Capítulo 14. Precios	354
Significado del precio	355
Objetivos al establecer los precios	356
Fijación de precios	358
Política de precios	367
Comidas rápidas	373
Capítulo 15. Promoción	381
Desarrollo de una estrategia de comunicación	382
Publicidad	385
Venta personal	391
Promoción de ventas	396
Capítulo 16. El sistema financiero	404
Sistema financiero	405
El sistema financiero en México	406
El sistema bancario en México	407
Corto plazo	410
Largo plazo	411
El mercado de valores en México	414
Mercado de dinero	420
Mercado de capitales	424
Capítulo 17. Contabilidad y estados financieros	435
Papel del contador	
¿Quién usa la información contable?	436
Dos conceptos de contabilidad	437
Balance general	439
Estado de resultados	443
Valuación de inventarios	446
PEPS	447
VEPS	
Interpretación de estados financieros	448
Capítulo 18. Negocios internacionales: un sector en crecimiento	462

¿Por que estudiar los negocios internacionales?	463
Barreras del comercio internacionales	466
Ingreso a los mercados extranjeros	470
Propiedad	472
¿Una estrategia de mercadotecnia internacional?	473
Compañías multinacionales	475
Comunidades internacionales	477
Capítulo 19. Responsabilidad social de la empresa	489
Algunos puntos de vista sobre la responsabilidad social	490
Grupos interesados	492
Beneficios y costos de la responsabilidad social	495
Auditoria social	497
Ética en los negocios	498
Índice analítico	509