

INDICE

1. Las ganancias	17
2. El diseño del consumidor	20
3. LA tecnología más apropiada	24
4. La compra de empresa	28
5. La reconceptualización de la empresa	32
6. La malla – administrativa	36
7. El crecimiento y el desarrollo	40
8. El valor de la empresa	43
9. La economía de la firma	47
10. La medición del desempeño	51
11. El enunciado de misión	54
12. La efectividad humana	58
13. La calidad de vida en el trabajo	61
14. Los incentivos	64
15. La resurrección de Atlantic & Pacific Tea	68
16. El paternalismo	72
17. La corrupción	75
18. El alcoholismo y las tensiones	78
19. La excesiva comunicación	82
20. La comunicación ascendente	88
21. La jerga	91
22. Los gerentes controlados por computadora	94
23. Los sistemas de desinformación gerencial	97
24. La matemática en la administración	101
25. Los consultores en la administración	104
26. Los diferentes tipos de problemas	109
27. El tratamiento de los problemas	113
28. De la creatividad	117
29. LA manera de ganarle al sistema	121
30. La defensa contra las ideas innovadoras	124
31. Lo obvio	128
32. La objetividad	132
33. La infalibilidad	135
34. La irracionalidad	139
358. La publicidad: ¿Prodigio o derroche?	143
36. La administración de las interacciones	148
37. La estética del trabajo	152
38. La amistad	155
39. El respeto	158
40. El consenso	162
41. El pensar, el leer y gel conservar	165
42. El aprendizaje	168
43. El entendimiento	171
44. La formación universitaria de gerentes	174
45. La universidad y la realidad	177
46. La falacia de los pronósticos	180
47. La obstrucción al progreso	183

48. La planificación introspectiva	186
49. La coinversión Clark – Volvo	186
50. La capacidad de reacción	192
51. La planificación total, coordinada y participativa	196
52. La planificación continua	200