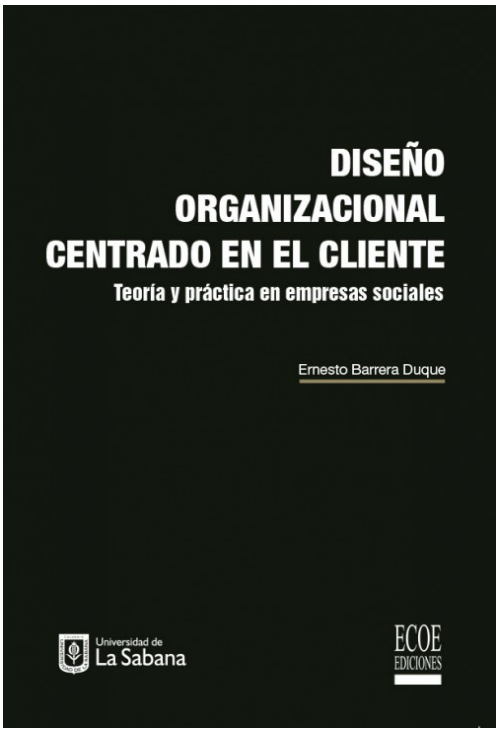

Diseño organizacional centrado en el cliente

Teoría y práctica en empresas sociales

Por: Ernesto Barrera Duque
Formato: Digital
E-ISBN: 978-958-12-0392-5
Facultad: INALDE Business School
Coeditor: Ecoe Ediciones
Idioma: Español
Precio en dólares: USD $9,99
Palabras clave: Identidad y cultura organizacional, Microfinanzas - Investigaciones, Planificación estratégica

$24.900

Reseña del Producto

Esta obra identifica el contenido y las relaciones entre las variables de la temática planteada. Los hallazgos se basan en un estudio empírico realizado con tres empresas sociales latinoamericanas de alto desempeño, donde se identificaron: la propuesta de valor ofrecida a los clientes y la red de valor en la cual estaban inmersas. Estos aspectos son la base para identificar seis categorías clave del diseño organizacional: la estrategia, la capacidad directiva, la cultura y la identidad organizacional, el gobierno organizacional activo, el talento humano comprometido y la interacción humana comercial personalizada, todo esto, enfocado a la configuración y creación de valor para los clientes.

Información Adicional

- **Sku:** 9789581203925
- **Código topografico:** 658,401

Tabla de contenido

CAPÍTULO 1. CONTEXTO DE LA INVERSTIGACIÓN
1.1. Surgimiento del negocio del microcrédito desde la teoría de la innovación
1.2. El microcrédito como servicio para los clientes BoP
1.3. Delimitación y alcance de la investigación
CAPÍTULO 2. MARCO CONCEPTUAL
2.1. Teoría de recursos y capacidades de la firma (RBV.)
2.2. La empresa social
2.3. La libertad como capacidad
2.4. La humanización de la gestión organizacional
2.5. La teoría del marketing de relaciones (RM)
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA
CAPÍTULO 4. DISEÑO ORGANIZACIONAL CENTRADO EN EL CLIENTE

4.1. La estrategia social
4.2. La capacidad directiva
4.3. El gobierno organizacional activo
4.4. La cultura organizacional
4.5. El talento humano comprometido
4.6. La interacción humana comercial personalizada
CAPÍTULO 5. EL SISTEMA ORGANIZACIONAL
5.1. El sistema de enlaces
5.2. La especificidad del diseño en la empresa social
CAPÍTULO 6. CONTRIBUCIONES
6.1. Contribuciones generales
6.2. Contribuciones para los directivos
6.3. Avenidas para investigaciones futuras
CONCLUSIÓN