



## 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

- **Sk:** 9789581203925
- **Serie No.:** 1
- **Código topográfico:** 658,401

### Tabla de contenido

#### CAPÍTULO 1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

- 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