

GOBIERNO CORPORATIVO



I. Gobierno Corporativo

El presente tomo, proporciona herramientas para que las empresas que sean o no familiares, puedan iniciar su proceso de institucionalización, lo cual representa un pilar clave para su permanencia. Este volumen, describe los principios fundamentales del Gobierno Corporativo en las empresas privadas, funciones y responsabilidades de los órganos de gobierno, esquemas para la implementación de un modelo relacionado y describe 10 recomendaciones principales sobre el tema.

INNOVACIÓN



II. Innovación

La innovación, en el campo de los negocios, significa crear riqueza desarrollando nuevos recursos, renovando la capacidad de los existentes o transfiriendo estos a usos de mayor productividad. Debido a ello y al ser un campo sumamente amplio, con grandes oportunidades en la era tecnológica, el tomo propone contenido orientado a sus conceptos básicos, fórmulas de negocio, procesos, administración del ciclo de vida del nuevo producto y el desarrollo de ambientes que fomenten un entorno ideal para crear el compromiso que lleva a la acción.

SUSTENTABILIDAD



III. Sustentabilidad

En el actual ambiente empresarial, la sustentabilidad no sólo implica ser verde, sino la gestión de 3 pilares claves, el social, el medioambiental y el de gobernabilidad, lo cual permitirá crear valor compartido a partir de la actividad principal del negocio a todos los Grupos de Interés. Muchas empresas han comenzado a cotizar en el mercado de valores con acciones cuyo valor es respaldado por su compromiso sustentable. El tomo parte de la definición, origen, componentes, indicadores, metodologías, certificaciones y pasos a seguir para emprender una estrategia sustentable sólida y robusta.

ORIENTACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE



IV. Orientación y servicio al cliente

En una encuesta realizada a las empresas participantes en MEM sobre las principales preocupaciones ante la crisis por COVID-19, la respuesta fue clara, 90% de las compañías encuestadas consideró a los clientes como el rubro de mayor importancia. Con ello, cobra mayor relevancia entender la evolución del ciclo comercial, el cual se compone por las fases de preventa, venta y posventa. Dicho ejemplar analiza las fases mencionadas y propone actividades que deben realizarse durante todo el ciclo.

Precio unitario por tomo: \$150.00 MXN. No incluye costos de envío.

Para coordinar tu compra, escríbenos a mem@mejoresempresasmexicanas.com