



INSIGHTS
julio 2019

CENTRO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

Para construir reputación las empresas deben tener una misión con sentido que trascienda la maximización de la renta en el más corto plazo

Las compañías que orientan su quehacer en torno a una misión con sentido tienen menos probabilidades de incurrir en prácticas que deterioren su reputación, que aquellas que no lo hacen

Misiones con sentido:



"Inspirar y nutrir el espíritu humano - una persona, una taza y un vecindario a la vez"



"Hacer que las personas de todo el mundo sientan que pueden pertenecer a cualquier lugar"

Si las compañías entienden y encarnan su misión, deben ser capaces de plasmarla en dos líneas

Mientras las empresas no tengan una misión en la cual sus controladores creen pasional y obsesivamente, no crearán reputación

Novedades del centro



**RIESGO REPUTACIONAL:
¿EN QUÉ ESTÁN LAS EMPRESAS?**

Estudio que busca analizar las prácticas de las grandes empresas para manejar el riesgo reputacional e identificar los desafíos pendientes en esta materia.

Para ir al informe, haga click en el siguiente link: [Riesgo Reputacional](#)

¿DESPRESTIGIO EMPRESARIAL?

Cómo restaurar la confianza



**DESPRESTIGIO EMPRESARIAL
¿CÓMO RESTAURAR LA CONFIANZA?**

Ediciones El Mercurio
Disponible en librerías, Amazon e iTunes

Para comprar el libro, haga click en el siguiente link: [Comprar Libro](#)

PABLO HALPERN
FRANCISCA LOBOS

EL MERCURIO

¡Síguenos en nuestro nuevo LinkedIn!

[Centro Reputación Corporativa ESE Business School](#)



Centro Reputación Corporativa
ESE Business School
www.esec.cl