

En el transcurso de las jornadas se tuvo la oportunidad de establecer un coloquio con los autores del **último libro de la Biblioteca Corporate Excellence (Lid editorial)**, [Reputación Corporativa](#).

Ángel Alloza y los profesores Enrique y Ana Carreras expusieron las últimas aportaciones de la literatura en torno a esta cuestión y analizaron los

principales índices y métricas relacionadas con la gestión reputacional

. Asimismo, han sido numerosas las intervenciones que han aportado claridad a las disyuntivas derivadas del

establecimiento del mapa de

stakeholders

, la repercusión de la acción social en la reputación corporativa, el storytelling o la gestión de la reputación en el entorno online

Tras dos días de debate y coloquio, las conclusiones de las jornadas fueron expuestas por el profesor Benavides, quien **anunció el incipiente proyecto que está coordinando Corporate Excellence y que aglutina a más de 50 profesores de universidades nacionales e internacionales**

. Benavides describió los objetivos básicos de esta investigación, que se presenta como un nuevo modelo que haga comprender el funcionamiento y gestión de la comunicación corporativa y afronte los retos de todas las organizaciones. Se trata de una alternativa al modelo de comunicación actual (emisión indiscriminada de mensajes unidireccionales con el mero objetivo de persuadir a los grupos de interés e impulsar a la compra).

Además de [Juan Benavides](#), también estuvieron presentes los miembros del grupo de investigación: [David Alameda](#) y [Elena Fernández](#) (Universidad Pontificia de Salamanca) y Abel Monfort (Centro Universitario Villanueva).