



El 7 de mayo, [Nuria Villagra](#) y [Belén López](#) participaron en el workshop de Corporate Excellence: “Retos de las marcas globales en la comunicación de valores de RSC y sostenibilidad”. La presentación de las profesoras Villagra y López analizó la inclusión de criterios responsables en la gestión de marca de una serie de empresas globales. Además, se evaluaron las consecuencias de estas estrategias en la relación identidad - reputación corporativa y se expusieron ejemplos de buenas prácticas.

Entre las conclusiones de la sesión, se subrayó que la diferenciación vía intangibles implica sostenibilidad, compromiso, proactividad y transparencia. Todos ellos, aspectos que favorecen la confianza de la sociedad y de los públicos en la empresa. La exposición fue acompañada por representantes de Telefónica e Iberdrola, quienes mostraron sus acciones de comunicación y el impacto obtenido en sus stakeholders a través del desarrollo de estos conceptos.

El workshop propició un intenso coloquio entre directivos y miembros de diferentes multinacionales. Se abordaron aspectos como la medición reputacional, la comunicación online de los valores responsables y los retos a los que se enfrentan las empresas en la actualidad; entre ellos, el coprotagonismo adquirido por la sociedad en la difusión de información y comunicación corporativa en entornos digitales.

[Corporate Excellence](#) es miembro institucional de “Gestión de las Marcas y procesos de comunicación”. En el Workshop también estuvieron presentes otros integrantes del grupo de investigación: Juan Benavides, Jorge Clemente y Abel Monfort.