

Nota de prensa

13 de marzo de 2013

PRESENTACIÓN DEL LIBRO LA BUENA EMPRESA. PROPUESTA PARA UNA TEORÍA DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA

La buena empresa, un libro publicado por Pearson y que analiza las claves para recuperar la confianza en las empresas

- Prologado por Isidro Fainé, presidente de "la Caixa" y de CaixaBank
- El libro propone pautas para que las empresas recuperen la confianza de la sociedad y ejerzan su condición de motores de un nuevo desarrollo

El catedrático de la Universidad Complutense, Justo Villafañe, el periodista Ángel Expósito y el director general adjunto de CaixaBank, Jaume Giró, presentaron hoy, en CaixaForum Madrid, el libro *La buena empresa. Propuesta para una teoría de la reputación corporativa*. El libro es obra de Justo Villafañe y está prologado por el presidente de "la Caixa" y de CaixaBank, Isidro Fainé.

En este sentido, **La buena empresa. Propuesta para una teoría de la reputación corporativa**, como refleja Isidro Fainé en el prólogo, es "un libro que piensa en qué y cómo las empresas debemos abordar la situación presente para vivir el futuro".

El texto expone los ámbitos de gestión que deberán ser prioritarios para esa nueva integración de la empresa en la sociedad, apoyados sobre todo en la generación de confianza, y también propone las herramientas para su implementación. Como explicó el autor, Justo Villafañe, en el acto de presentación, "las empresas son tan necesarias para lo sociedad como la sociedad lo es para ellas, y como dice mi admirado Amartya Sen, el éxito global de la empresa es, en realidad, un bien público".

Una reflexión necesaria por la situación actual

El periodista Ángel Expósito apuntó en la presentación que en estos tiempos, en que los grandes sectores empresariales están siendo cuestionados y considerados corresponsables de la generación de la crisis nacional e internacional, es necesario reflexionar sobre ello. Y, sobre todo, este proceso debe centrarse en las causas y circunstancias que han ocasionado el distanciamiento progresivo de muchas empresas de los intereses públicos y sociales.

Persiguiendo este objetivo, el catedrático propone el salto desde la parálisis depresiva a la acción constructiva y, para ello, propone una concentración en la gestión plural de todo lo que debe servir para que las empresas vuelvan, no solo a recuperar la confianza de la sociedad, sino también a su condición de motores de un nuevo desarrollo y crecimiento solidario con todos los grupos humanos entre los que las empresas se desenvuelven.

Conseguir la confianza de los grupos de interés

Por su parte, Justo Villafañe ratificó que la clave del cambio y el futuro se encuentra en la generación de confianza, en "la toma de conciencia de la necesidad de convivir una sociedad trabajadora, consumidora y ciudadana con el mundo del emprendimiento y el progreso a través de la innovación y la aplicación de recursos para su mejor servicio a la comunidad".

Según el académico, "las empresas que aspiren al liderazgo en sus respectivos sectores tendrán que ser buenas empresas o no serán relevantes, porque el nuevo liderazgo no se medirá por el tamaño de la compañía o por su participación relativa en el mercado, sino por el reconocimiento de sus *stakeholders*, ya sean sus clientes, sus empleados o los ciudadanos en general".

Sobre el autor:

Justo Villafañe es catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, director de Merco, el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa; del informe anual La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica y Presidente no Ejecutivo de Villafañe&Asociados, firma de consultoría pionera en España en la gestión de la reputación de las empresas. Es autor de diversos libros entre los que destacan La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas; Quiero trabajar aquí. Las seis claves de la reputación interna; Imagen Positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas y La gestión profesional de la imagen corporativa

Sobre Pearson:

En Pearson nos tomamos el aprendizaje como algo personal. La formación y los recursos que ofrecemos están disponibles tanto en forma de libros como en formato online, y en muy diversos idiomas, ayudando a que las personas aprendan dónde y cómo quieran.

Pearson es la compañía de servicios y contenidos educativos más grande del mundo. Nuestro portfolio incluye Penguin, Dorling Kindersley, Financial Times y nuestra empresa educativa, Pearson International. Además, contamos con sellos editoriales como Longman o Prentice Hall, que combinan sus más de 150 años de experiencia en enseñanza con las nuevas metodologías online para estudiantes.

Ofrecemos servicios de aprendizaje y evaluación en más de 60 países. Y con productos como MyLabs, estamos cambiando la forma de aprender alrededor del mundo.

Creemos en el poder del aprendizaje para abrir puertas, para cambiar vidas, para construir sociedades y ofrecer esperanza y oportunidades; porque dondequiera que florezca el aprendizaje, también lo harán las personas.

Puede encontrar más información sobre la compañía en www.pearson.es

También puedes seguirnos en [Facebook](#), [Twitter](#), [Google+](#) y [LinkedIn](#)

Para más información o solicitud de ejemplares:

Julia Ayuso Arroyo

Correo electrónico: julia.ayuso@pearson.com

Teléfono: (+34) 913 828 300