

## El valor de la reputación



Mora García De Lomas, Juan Manuel

### SINOPSIS

La reputación equivale a la estima, el respeto que una persona o una institución merecen. Son los demás, los otros, quienes nos premian o castigan con una buena o mala reputación, basándose en su percepción ?positiva o negativa? sobre la calidad de nuestro trabajo. En sentido estricto, la reputación no se posee ni se controla, ?ni se compra ni se vende?, solo se puede cultivar y merecer.

La vida enseña que la reputación influye hondamente en la toma de decisiones: votamos a políticos que nos merecen respeto, compramos productos y servicios que nos generan confianza. En definitiva, elegimos aquello que valoramos. Vivimos en una especie de casa de cristal donde todo se ve, todo se sabe, todo se juzga. Y donde la opinión pública se vuelve cada vez más exigente y reclama estándares más altos de responsabilidad.

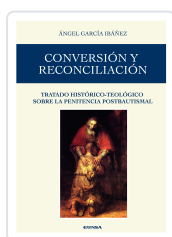
Cuando una institución goza de buena reputación, se convierte en un lugar atractivo para trabajar y para invertir; genera un clima de confianza que ayuda a prevenir y superar posibles crisis; los clientes o usuarios están satisfechos con los productos y servicios y los recomiendan a otras personas. En definitiva, la buena reputación actúa como factor de estabilidad y prosperidad. Por muchas razones, comprender qué es la reputación, cómo se gana, se pierde y se cultiva se ha convertido en una tarea fundamental de todo directivo.

Estas páginas intentan responder a las siguientes cuestiones: ¿qué puede hacer una institución para merecer la buena reputación que acaba formándose fuera de ella? ¿Cuál es el proceso por el cual la reputación se consolida en la opinión pública? ¿Qué hoja de ruta pueden seguir los directivos para aumentar el valor intangible de su organización? ¿Qué papel juega la comunicación en el cultivo de la reputación? Al explorar las respuestas a estas preguntas llegaremos a la conclusión de que para mejorar la reputación hay que mejorar la realidad: la calidad, la coherencia, las relaciones, la contribución positiva a la sociedad...



<b>Editorial</b>	EUNSA
<b>Materia</b>	ECONOMÍA-FINANZAS-EMPRESA-GESTIÓN
<b>Colección</b>	FUERA DE COLECCION
<b>EAN</b>	9788431339579
<b>Páginas</b>	124
<b>Tamaño</b>	240x170x0 mm.
<b>Peso</b>	260
<b>Precio (Imp. inc.)</b>	15,90€
<b>Fecha de publicación</b>	18/09/2024

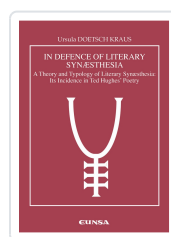
### Títulos relacionados



Conversión y reconciliación  
García Ibáñez, Ángel



Gobierno de Universidades  
Sánchez-Tabernero, Alfonso



In Defence of Literary Synaesthesia  
Kraus, Ursula Doetsch



FloreCIMIENTO humano en la era de la inteligencia artificial  
Guillén Pastor, José Luis