

## Ponentes

### ALLOZA LOSANA, Ángel

Licenciado en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid. Experto en marketing, investigación, comunicación y gestión de marcas. Tiene una experiencia profesional de 20 años en estas áreas. Empezó su carrera profesional como consultor independiente, después fue socio director de Millward Brown Internacional en España y Portugal hasta el año 1998. En 1998 en Argentaria constituye el Grupo de Análisis Estratégico dependiendo del área de Presidencia de ese banco. En la actualidad es Director de Reputación, Imagen y Acción Social del Grupo BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria). Es representante de BBVA en el Global Compact de la ONU. En septiembre de 2002, representa a BBVA en la constitución del Foro de Reputación Corporativa junto a Telefónica, Repsol YPF y Grupo Aguas de Barcelona. Es profesor de Executive Education de IE Business School de Dirección Empresarial y Gestión de Comunicación.

### ANDREU, Alberto

Licenciado en ICADE por la Universidad Pontificia de Comillas y MBA en IE Business School. Fue en esta Escuela de Negocios donde comenzó su carrera profesional, en el Departamento de Investigación. Trabajó en CEPSA (Compañía Española de Petróleos) como Director de Desarrollo de Comunicación Interna. Tras esta etapa, pasó al sector de banca, primero en Banesto como Director de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, y más tarde, en el Banco Santander Central Hispano, el mayor banco español, como Director Ejecutivo de Identidad y Cultura Corporativa. En octubre de 2001 se unió al Grupo Telefónica, el principal operador de telecomunicaciones de España y América Latina, donde desempeña el cargo de Subdirector General de Reputación, Marca y Responsabilidad Social Corporativa dentro de la Dirección General de Comunicación Corporativa. Continúa ligado al Instituto de Empresa como profesor asociado de Comportamiento Organizativo y Comunicación. Es miembro del Stakeholder Council del Global Reporting Initiative (GRI) y del Comité Español de Global Compact. Ha publicado numerosos artículos en publicaciones académicas y durante 3 años ha sido columnista de del diario económico Cinco Días.

### BALSON YARRITU, Arantxa

Licenciada en Ciencias de la Educación por la Universidad Pontificia de Comillas, Master en Administración y Dirección de Empresas por ICADE y Master en Dirección de Personas y Relaciones Laborales por la Universidad francesa Paris IX Dauphine. Tras una carrera de más de casi 15 años en España y en el extranjero trabajando en el ámbito de los Recursos Humanos en empresas multinacionales (General Electric, France Telecom, Lucent Technologies), es desde hace un año Directora de Desarrollo e Innovación en Recursos Humanos para el Grupo Endesa.

### BENLLOCH, M<sup>a</sup> Lluïsa

Diplomada en Comunicación, Relaciones Públicas y Protocolo por la Escuela Universitaria ESERP de Barcelona. En Novartis desde 1991 (anteriormente Sandoz) en el ámbito de la Comunicación Corporativa y las Relaciones Institucionales, desempeñando tareas de organización de eventos, elaboración y coordinación de publicaciones, identidad visual y comunicación interna. Desde 2003, Responsable de Comunicación Interna.

### CABANAS, Custodia

Doctorando en Organización de Empresas, Universidad Complutense de Madrid. Master in Business Administration (MBA), IE Business School. Licenciada en Derecho, Universidad Complutense de Madrid. Visiting Scholar Departamento de Recursos Humanos Georgetown University, Washington, D.C. Actualmente y desde 1989 Profesora de Recursos Humanos especializada en Comportamiento Organizacional, Desarrollo de Habilidades Directivas y Comunicación de los programas MBA, MIDE y Executive MBA de IE Business School. Desde de Septiembre 2003, Directora del Observatorio de Comunicación Interna de IE Business School. Directora Ejecutiva Centro de Recursos Humanos en IE Business School.

### JIMÉNEZ, Alfonso

Licenciado y Doctor en Psicología por la Universidad Autónoma de Madrid y Diplomado en Alta Dirección de Empresas por el IESE (Programa PADE 2003). Premio Nacional a Jóvenes Investigadores y Becado por la NATO. Ha desarrollado su carrera en el ámbito de Recursos Humanos en empresas como Arthur Andersen en la División de Change Management, hasta ser Director Asociado; en Watson Wyatt donde ejerció como Director General. Actualmente es Socio Fundador de PeopleMatters, firma de servicios profesionales de consultoría de Gestión de Personas. Coordinador de las obras: "Creando Valor ... a través de las Personas" (1999) y "España 2010: Mercado Laboral" (2002). Experto en temas relacionados con la organización del trabajo, las personas en el entorno laboral y la gestión del Cambio en la empresa y ha dirigido numerosos proyectos tanto en organizaciones nacionales como multinacionales, dentro y fuera del país.

### MORA, Juan

Juan Mora es el Director Corporativo de RRHH y Director de Responsabilidad Corporativa en NH Hoteles desde septiembre de 2001. Es licenciado en Ciencias Empresariales, obtuvo el Máster de RRHH y participó en el Programa de Desarrollo de Directivos del IESE. Antes de incorporarse a NH Hoteles, trabajó en Argentaria (BBVA) como Director de Gestión de Directivos, en Uno-e Bank (Grupo BBVA) como Director de RRHH, en Hewlett Packard como Director del Área de Selección y en una Consultora especializada en la selección de directivos.

### VILANOVA GIRALT, Nuria

Licenciada en Ciencias de la Información. PADE IESE. Presidenta de Inforpress, consultora de comunicación y relaciones públicas que fundó a los 23 años. Personalmente sus actividades principales son la investigación, la creación de estrategias de comunicación, la comunicación en situación de crisis, la comunicación interna y la formación. Inforpress es la segunda consultora nacional en España y cuenta con un equipo de 80 personas. Sus actividades principales son la investigación y la creación de redes. Está involucrada en entidades de investigación creadas por Inforpress Vicepresidenta, del Foro del Pequeño Accionista. Vocal de la Junta Directiva de CEDE, Confederación Española de Directivos. Presidenta de la Comisión Directiva de Madrid de la AED, Asociación Española de directivos. Miembro del Círculo de Empresarios.

## Información General

### DURACIÓN Y FECHAS DE CELEBRACIÓN

El Seminario se celebrará los días 11 y 12 de junio de 2008, en las instalaciones que IE Business School tiene situadas en la calle María de Molina, 27, 28006 Madrid, según el horario que figura en el programa.

### DOCUMENTACIÓN

Todos los asistentes recibirán el material didáctico que se utilice en el seminario. Esta documentación será un manual de obligada consulta para resolver cualquier duda o interrogante sobre el tema.

### DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

El precio total del seminario será de 1.750 euros incluyendo en el mismo, tanto las sesiones y su correspondiente documentación como los cafés y almuerzos de los días que dura el programa. Los Antiguos Alumnos de programas Master de IE Business School tendrán un 10% de bonificación y los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos de IE Business School un 30%.

### CANCELACIONES

En caso de no poder asistir al curso una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos, tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior al del inicio del curso.

### FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- Por teléfono llamando a los números: 902 30 21 30 / 91 745 47 60.
- Por fax: Enviando el Boletín de Inscripción al número: 91 561 77 68.
- Por correo electrónico: enviando sus datos a la dirección: inscripciones@ie.edu
- A través de nuestro Boletín de Inscripción on-line, disponible en nuestra web: <http://www.execed.ie.edu>

*La inscripción se realizará por riguroso orden de reserva.*

### CERTIFICADO

Los participantes recibirán un certificado acreditativo de su participación en el seminario.

### ALOJAMIENTO

Con objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, IE Business School mantiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles próximos a la escuela, donde se ofrecen interesantes descuentos para los asistentes al curso.

### DIVISIÓN DE PROYECTOS IN-COMPANY

IE Business School a través de su división de Proyectos In-Company, ofrece la posibilidad de desarrollar acciones de formación y consultoría, tanto en el ámbito nacional como internacional, acordes con las necesidades específicas de su empresa.

Pueden ampliar esta información en el teléfono: 91 745 47 61.

### PRÓXIMOS PROGRAMAS RELACIONADOS:

**Seminario "Los sistemas retributivos y su impacto en la empresa y en las personas"**. Madrid, octubre de 2008.

**Seminario "Gestión Estratégica del Rendimiento"**. Madrid, febrero de 2009



Seminario

# Gestión de la Marca Interna

## “Identidad y Marca: Elementos claves para retener el talento”

Madrid

11 Y 12 DE JUNIO DE 2008



Castellón de la Plana, 8  
28006 Madrid. España. UE  
Tel.: (34) 902 30 21 30 - (34) 91 745 47 60  
Fax: (34) 91 745 47 62  
E-mail: [Raquel.Gutierrez@ie.edu](mailto:Raquel.Gutierrez@ie.edu)  
**[www.execed.ie.edu](http://www.execed.ie.edu)**



## Seminario

# Gestión de la Marca Interna “Identidad y Marca: Elementos claves para retener el talento”

### EL CENTRO DE RECURSOS HUMANOS

El **Centro de Recursos Humanos de IE Business School** es una iniciativa encaminada a apoyar a los directivos y técnicos de este campo en la actualización de sus capacidades profesionales. Su objetivo fundamental es constituirse en Foro de creación e intercambio de conocimientos en las diferentes áreas de Recursos Humanos, con especial hincapié en aquellos temas emergentes que en un futuro próximo puedan condicionar su capacidad de gestión en este ámbito.

*Para contactar con el centro:*

#### Custodia Cabanas, Directora Ejecutiva Centro de Recursos Humanos IE Business School

C/María de Molina, 12 - Bajo, 28006, Madrid  
Tel.: 34 91 568 96 00  
E-Mail: cuqui.cabanas@ie.edu

### EL OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN INTERNA E IDENTIDAD

El **Observatorio de la Comunicación Interna e Identidad** es una iniciativa conjunta de **IE Business School**, la consultora de comunicación Inforpress y la revista de recursos humanos Capital Humano que tiene por objetivo la investigación, generación y divulgación del conocimiento en el área de la comunicación interna de las compañías.

Profundiza en las características de la comunicación interna de las organizaciones, como herramienta generadora de transmisión de valores, identidad corporativa, cultura y visión de compañía.

*Para contactar con el observatorio:*

#### Custodia Cabanas, Directora Observatorio de Comunicación Interna e Identidad IE Business School

C/María de Molina, 12 - Bajo, 28006, Madrid  
Tel.: 34 91 568 96 00  
E-Mail: cuqui.cabanas@ie.edu

### OBJETIVOS

El objetivo fundamental del Seminario es ofrecer al directivo una perspectiva aplicada así como un conjunto de herramientas que permiten una adecuada gestión de la Marca Interna en la Organización.

El contenido docente cubre un ciclo que partiendo del concepto de marca interna pretende optimizar la contribución de las personas a la consecución de los factores claves de negocio y a la retención del talento, a través de:

1. La aplicación de herramientas de estrategias de marketing, cómo gestión estratégica de marcas o dirección de proyectos, al desarrollo profesional y a la retención del talento.
2. Proporciona las claves para poder construir una marca interna sólida como empleador y mantenerla en el tiempo para vincular a los empleados con la empresa.
3. La construcción de programas de vertebración institucional que refuercen la identidad y la cultura corporativa, así como el contrato psicológico como identificación emocional de la marca.
4. La comunicación interna como herramienta clave de construcción de reputación corporativa.

### METODOLOGÍA

El Seminario se imparte de manera presencial con participación activa individual y en grupo de los asistentes. Las exposiciones teóricas serán acompañadas de experiencias prácticas de empresas, que sean un referente por su gestión en esta materia, en donde se ilustrará tanto la teoría expuesta como los resultados obtenidos por el manejo de la marca interna.

### A QUIÉN VA DIRIGIDO

El Seminario va dirigido a Directivo y Ejecutivos en general y a los profesionales de Recursos Humanos en particular, interesados en poner en práctica la gestión de la marca interna como herramienta para crear identidad, reputación y en definitiva retener el talento y los buenos profesionales.

## Programa

### ❖ Miércoles, 11 de Junio

**9,00 a 9,15 h.**

Acreditación de los asistentes y entrega de documentación.

**9,15 a 9,30 h.**

Presentación del programa y sistemática.

Moderador de las Jornadas

**Dña. Custodia Cabanas**, Profesora de Recursos Humanos y Comportamiento Organizacional, IE Business School. Directora del Observatorio de Comunicación Interna, IE Business School

#### BLOQUE I COMO USAR ESTRATEGIAS DE MARKETING CON NUESTROS EMPLEADOS: MARKETING INTERNO

Gestionadas adecuadamente, las marcas constituyen el activo más valioso de la organización. Una marca conducida correctamente puede generar fidelidad de clientes y reconocimiento lo suficientemente fuertes como para superar competencia intensiva y diferenciación de precios en el mercado. La magnitud del valor de la marca constituye un indicador general de la reputación de la corporación. La asimilación de la marca (internal branding) se fundamenta en tres pilares: comunicar efectivamente los valores de la marca al interior de la organización (personas); convencer de su relevancia y valor y vincular, exitosamente, cada puesto de trabajo en la organización (asociados) para suministrar la esencia y razón de ser de la marca.

**9,30 a 11,00 h.**

#### ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA MARCA COMO EMPLEADOR

- Características del Mercado Laboral.
- El nuevo paradigma de Gestión de Personas.
- Importancia de la Marca.

**D. Alfonso Jiménez**, Socio Fundador, PEOPLE MATTERS

**11,00 a 11,30 h.** Café.

**11,30 a 13,00 h.**

#### ¿CÓMO GESTIONAR LA MARCA COMO EMPLEADOR

- Modelos de gestión de la Marca como Empleador.
- Acciones externas de Gestión de Marca como Empleador.
- Acciones internas de Gestión de Marca como Empleador.

**D. Alfonso Jiménez**, Socio Fundador, PEOPLE MATTERS

**13,00 a 14,00 h.**

#### CAMPAÑAS DE MARKETING INTERNO QUE CREAN MARCA COMO EMPLEADOR

- El plan de Marketing Interno.
- Cómo llegar a la Razón y a la Emoción.
- Experiencia de marca, compromiso organizacional y cultura.
- Casos de éxito:
  - DKV Seguros. ¡Vive la Marca!
  - Repsol YPF, Benchmarking interno.
  - Telefónica, Distrito C: un nuevo entorno, una forma distinta de trabajar.
  - Telefónica, Un plan Director de Comunicación Interna para un negocio en transformación.
  - Campañas con resultados tangibles: Innovación y Ahorro de costes.

**Dña. Nuria Vilanova**, Presidenta, INFORPRESS

**14,00 a 16,00 h.** Almuerzo

**16,00 a 17,00 h**

#### LA COMUNICACIÓN INTERNA: ALIADA ESTRATÉGICA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

- Involucrar a las personas en una meta y objetivos comunes.
- El compromiso personal y la participación de los empleados en la estrategia de RSC.

**Dña. M<sup>a</sup> Lluisa Benloch**, Responsable de Comunicación Interna , NOVARTIS

#### BLOQUE II CÓMO VINCULAR A LOS EMPLEADOS CON LA EMPRESA

La Reputación Corporativa y la imagen como empleador es un concepto nuevo, revolucionario, propio de la globalización del consumo y de la libre circulación de capitales de información. Los inversores, los empleados, la sociedad y los clientes quienes otorgan la valoración y las empresas más admiradas y rentables en todos los mercados suelen coincidir con el liderazgo en Reputación Corporativa e imagen como empleador. Por tanto conocer las claves para el desarrollo de marca interna y reputación corporativa es imprescindible para conseguir vincular el talento en la empresa.

**17,00 a 19,00 h.**

#### VINCULAR A LOS EMPLEADOS ES TAMBIÉN CUESTIÓN DE DETALLE

- Empleados vinculados y satisfechos inciden directamente en la cuenta de resultados.
- El marketing interno constituye una herramienta fundamental de vinculación de los empleados: Employer Branding en NH.
- Formas Innovadoras en NH de vincular a los empleados.

**D. Juan Mora**, Director Corporativo de Recursos Humanos, NH Hoteles

### ❖ Jueves, 12 de Junio

#### BLOQUE III IDENTIDAD CORPORATIVA: CREACIÓN DE CULTURA DESDE EL EMPLEADO

De profesionales con mentalidad de empleados a empleados con mentalidad de proveedores. La construcción de cultura e identidad corporativa en los empleados es básica para poder retener el talento de los mejores profesionales. Para ello es imprescindible tener políticas de recursos humanos dirigidas a la generación de estos elementos clave, como son los programas de vertebración institucional o el desarrollo del concepto del contrato psicológico.

**9,30 a 11,00 h.**

#### LA "EXPERIENCIA BBVA"

- El concepto de marca experiencia.
- La gestión integrada de los intangibles estratégicos al servicio del negocio: marca, cultura y reputación corporativa.

**D. Ángel Alloza**, Director de Reputación, Imagen y Acción Social, BBVA

**11,00 a 11,30 h.** Café.

**11,30 a 14,00 h.**

#### LOS PROGRAMAS DE VERTEBRACIÓN INSTITUCIONAL: LA HERRAMIENTA PARA IMPLANTAR LA VISIÓN DE LA EMPRESA Y CREAR CULTURA CORPORATIVA

**D. Alberto Andreu**, Subdirector Gral. de Reputación y Responsabilidad Social Corporativa, TELEFÓNICA. Profesor de Comportamiento Organizacional y Comunicación, IE Business School

**14,00 a 16,00 h.** Almuerzo.

#### BLOQUE IV LA COMUNICACIÓN INTERNA: HERRAMIENTA CLAVE PARA CONSTRUIR REPUTACIÓN CORPORATIVA

La imagen que tienen de la empresa los miembros que la integran constituye su identidad. Se expresa tanto hacia el exterior como hacia el interior de la corporación a través del comportamiento, la Comunicación Interna y la simbología corporativas. Lo que la propia empresa es y quiere ser en el futuro lo define su identidad, una buena Comunicación Interna facilita el desarrollo de sentimientos de pertenencia e identificación dentro de la organización y por tanto la creación de Reputación Corporativa.

**16,00 a 17,30 h.**

#### LOS ATRIBUTOS DE MARCA Y LA GESTIÓN DE LAS PERSONAS: LA EXPERIENCIA DE ENDESA

- ¿Quiénes somos?
- Evolución de Marca
- Nuestra cultura organizacional
- ¿Dónde estamos ahora?
- Los sistemas de gestión de personas y la marca
- Conclusiones

**Dña. Arantxa Balsón**, Directora de Desarrollo e Innovación en Recursos Humanos, ENDESA

**17,30 a 18,00 h.**

#### CIERRE Y CONCLUSIONES

**Dña. Custodia Cabanas**, Profesora de Recursos Humanos y Comportamiento Organizacional, IE Business School. Directora del Observatorio de Comunicación Interna, IE Business School

**18,00 a 18,15 h.**

Clausura del Seminario y entrega de Diplomas.