



## INFORMACIÓN GENERAL

**FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN.** El Seminario se celebrará los días 27 y 28 de mayo de 2009, en las instalaciones que IE Business School tiene situadas en Paseo de la Castellana, 60, 28006 Madrid, según el horario que figura en el programa.

**DOCUMENTACIÓN.** Todos los asistentes al Seminario recibirán el material didáctico que se utilice a lo largo del mismo y que servirá de consulta y apoyo a las explicaciones de los profesores. Asimismo, los asistentes recibirán un certificado acreditativo de su participación en el programa.

**DERECHOS DE INSCRIPCIÓN.** El precio total del Seminario será de 1.850 euros, incluyendo en el mismo tanto las sesiones y su correspondiente documentación, los cafés y almuerzos de los días que dura el programa. Los Antiguos Alumnos de programas Master del IE Business School tendrán un 10% de descuento y los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del IE Business School un 30%. Podrá beneficiarse de una **bonificación del 5% de la cuota** si realiza la inscripción y hace efectivo el pago 4 semanas antes de iniciarse el curso.

**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 del inicio del Seminario.

**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.** Executive Education de 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.

### IE BUSINESS SCHOOL.

Castellón de la Plana, 8 - 28006 Madrid. Tel: 902 30 21 30. Fax: 91 561 77 68  
e-mail: [silvia.borges@ie.edu](mailto:silvia.borges@ie.edu). [http://www.execed.ie.edu/programas\\_abiertos](http://www.execed.ie.edu/programas_abiertos)

## FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- Por teléfono:  
**902 30 21 30 / 91 745 47 60**
- Por correo electrónico: enviando sus datos a la dirección:  
**[inscripciones@ie.edu](mailto:inscripciones@ie.edu)**
- A través de nuestro Boletín de Inscripción on-line, disponible en nuestra web:  
**[http://www.execed.ie.edu/programas\\_abiertos](http://www.execed.ie.edu/programas_abiertos)**

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

# Marca Interna e Identidad: Elementos estratégicos claves para la gestión del talento en época de crisis

Madrid, 27 y 28 de Mayo de 2009



business  
school

Executive Education

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

[www.execed.ie.edu](http://www.execed.ie.edu)



## Marca Interna e Identidad:

Elementos estratégicos claves para la gestión  
del talento en época de crisis



business  
school

Executive Education

Madrid

27 y 28 de Mayo de 2009





## IE BUSINESS SCHOOL Executive Education

IE Business School, escuela de negocios fundada en 1973, tiene como objetivo formar los mejores líderes en los campos de la creación, la dirección y el asesoramiento de empresas, líderes que contribuyan a la creación de valor colectivo desde iniciativas empresariales competitivas, responsables y comprometidas con el entorno.

En este sentido, el IE Business School, a través de sus programas de Executive Education, ofrece soluciones innovadoras a directivos de empresas de todo el mundo. Nuestro enfoque desarrolla la visión, habilidades y capacidades de gestión necesarias para afrontar con éxito los retos a los que se enfrentan las organizaciones actuales y tienen como objetivo proporcionar la mejor experiencia de aprendizaje que se traduce en un impacto directo en la gestión empresarial.

## 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.

### Miércoles, 27 de Mayo

9,00 a 9,15 h. Acreditación y entrega de documentación.

9,15 a 9,30 h. Presentación del programa y sistemática.

Moderador de las Jornadas

**Dña. Custodia Cabanas**, IE BUSINESS SCHOOL

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.

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**, PEOPLE MATTERS

13,00 a 14,00 h. **EXPERIENCIA PRÁCTICA MARCO ALDANY**

- Marketing interno.
  - ✓ Claves para obtener “orgullo de pertenencia”.
  - ✓ Transmisión de la comunicación hasta el cliente final.
  - ✓ Involucración del personal en la dinámica comercial.
- Caso Brand employment placement Marco Aldany & “Síndrome de Ulises”.
- Marketing externo.
  - ✓ Posicionamiento para captación de “Buenos talentos”.
  - ✓ Herramientas de captación.
  - ✓ Disparidad en mensajes según objetivos.

**D. Carlos Ruíz**, MARCO ALDANY LLAMA

14,00 a 15,45 h. Almuerzo.

15,45 a 16,45 h. **¿POR QUÉ COMUNICAR EN SITUACIONES DE CRISIS?**

- La comunicación interna como aliada del cambio.
- Marca y Valores, experiencia de empleado.

## 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 centro o el observatorio:

**Custodia Cabanas, Directora**

Tel. 34 91 568 96 00

E-Mail: cuqui.cabanas@ie.edu

## METODOLOGÍA

El programa 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 Directivos 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.

- Como afrontar una reestructuración.
- El día después, como luchar contra el síndrome “supervivientes”.
- Comunicación interna y Responsabilidad Social Empresarial, ahora es el momento.

**Dña. Nuria Vilanova**, INFORPRESS

16,45 a 18,00 h. **PROYECTO IMAGEN DE EMPLEO LEROY MERLIN**

- La imagen de empleo como valor irrenunciable.
- Sin coherencia no hay imagen de empleo.
- ¿Cómo construimos nuestra imagen de empleo?
  - ✓ La importancia de la participación de nuestros colaboradores.
  - ✓ ¿Qué valora el candidato externo?
  - ✓ La referencia de la estrategia de negocio como orientación global del proyecto.
- Los colaboradores como prescriptores de la imagen.
- El plan de marca. Acciones de notoriedad.
- La adaptación permanente del mensaje de empleo. Garantía de éxito.

**D. Julián Barrasa**, LEROY MERLIN

18,00 a 19,30 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 Benlloch**, NOVARTIS

### Jueves, 28 de Mayo

9,00 a 10,30 h. **GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA. ASIMILACIÓN DE LA MARCA (INTERNAL BRANDING)**

- Gestión de marca en tiempos de estrés.
- Principios para la gestión de la marca.
- Fortaleza y estatura de la marca.
- Valor de activo de la marca.

10,30 a 11,00 h. Café.

11,00 a 12,30 h. **GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA. ASIMILACIÓN DE LA MARCA (INTERNAL BRANDING) (Cont.)**

- Identidad, Personalidad y Arquitectura de marca.
- Puntos de encuentro de la marca (touch-points).

**CATALÁ, Fran.** Francisco Catalá es el Responsable de Selección, Compensación y Beneficios y Comunicación Interna en NH Hoteles desde el año 2005. Es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y Derecho por ICADE. Obtuvo el Máster de RRHH y Master de Dirección Financiera y Control por IE Business School. Participó en el Programa Executive de Compensación y Beneficios por la Fundación Sagardoy. Antes de incorporarse a NH Hoteles, trabajó en Arthur Andersen (ahora Bearingpoint), como Consultor de Estrategia en el sector de Telecomunicaciones y Medios de Comunicación, en Uría y Menendez en el Departamento de Derecho Financiero y fue Socio Fundador de Servinet, Consultores y Asociados entre otras.

**GÓMEZ FORONDA, Susana.** Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y Master en Dirección de Recursos Humanos por el IE Business School. Su trayectoria profesional, amplia y multidisciplinar, incluye experiencias diversas en auditoría financiera o consultoría especializada en estrategia y organización, habiéndose focalizado en los últimos 10 años en la gestión de personas. Ha ocupado diferentes puestos de dirección y gerencia de compañías multinacionales como AVON Cosmetics y PricewaterhouseCoopers. Actualmente es Directora de Recursos Humanos para Iberia en Kellogg's, y cabe destacar su experiencia en diseñar e implantar exitosas estrategias de “employment branding” que han posicionado a las empresas en las que ha trabajado como excelentes lugares para trabajar.

**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.

## OBJETIVOS Y CONTENIDO

El objetivo del Seminario es ofrecer al directivo una perspectiva aplicada así como un conjunto de herramientas que permitan una gestión de la Marca Interna en la Organización, adecuada a los momentos de crisis y de incertidumbre. El contenido docente cubre un ciclo que, partiendo del concepto de marca interna, pretende optimizar, de forma más crítica que nunca, la contribución de las personas a la consecución de los factores claves de negocio y a la retención del talento, a través de los siguientes bloques temáticos:

**PORQUÉ Y CÓMO VINCULAR A LOS EMPLEADOS CON LA EMPRESA.** La imagen como empleador es un concepto nuevo, revolucionario, propio de la globalización del consumo y de la libre circulación de capitales y 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.

**LA COMUNICACIÓN: 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.

**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.

- Asimilación de la marca (internal branding).
- El rol de la segmentación de personas (asociados a la marca).
- Organizarse para gestionar la marca.

**D. Roberto Alvarez del Blanco**, MARKETLINK\* & PARTNERS

12,30 a 14,00 h. **LA EXPERIENCIA BANESTO EN LA GESTIÓN DE LA MARCA COMO EMPLEADOR. EL PROYECTO “RECRUITING ERASMUS 2009” COMO INICIATIVA DE BRANDING MULTIEMPRESA**

- Segmentación y posicionamiento ligado a atributos diferenciales.
- Presentación de iniciativas de branding vinculadas al posicionamiento en el mercado externo. El enfoque candidato-cliente de Banesto.
- El proyecto recruiting erasmus como iniciativa orientada a la atracción de talento en segmentos de valor añadido.

**D. Manuel Jimenez**, BANESTO

14,00 a 16,00 h. Almuerzo.

16,00 a 17,30 h. **MARCA INTERNA COMO ELEMENTO INTEGRADOR DE LA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE PERSONAS**

- El origen de nuestra propuesta de valor a empleados: “It’s Special Feeling”.
- “It’s special feeling”: Nexo de unión entre nuestra reputación y nuestros empleados.
- Cómo, cuándo y dónde utilizamos nuestra marca interna.

**Dña. Susana Gómez**, KELLOGG’S

17,30 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. Fran Catalá**, NH HOTELES

19,00 a 19,30 h. Cierre y Conclusiones.

**Dña. Custodia Cabanas**, IE BUSINESS SCHOOL

19,30 a 19,45 h. Clausura y entrega de Diplomas.

## Ponentes

**ALVAREZ DEL BLANCO, Roberto.** Profesor asociado de marketing del IE Business School y profesor visitante en la Haas School of Business de la Universidad de California, Berkeley. Considerado como uno de los más distinguidos especialistas europeos de marca, ha publicado 11 libros sobre marca personal, gestión de marca y estrategia de marketing y más de 150 artículos especializados. Es miembro del jurado Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial (Gestión de Marca Renombrada) y ha sido distinguido con el premio a la excelencia académica en varias ocasiones. Activo consultor en valoración de marcas es presidente de MarketLink\* & Partners. Ha sido fundador y presidente ejecutivo de Pórtico de Mar, S. A., responsable de la restauración y explotación del Port Vell de Barcelona y coordinador de promoción de la Oficina Olímpica Barcelona 92.

**BARRASA, Julián.** Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. En Leroy Merlin ha sido Responsable de RRHH de la Región Sur, Director de Desarrollo de RRHH de Leroy Merlin España y actualmente es Director de Planificación y Selección de RRHH Leroy Merlin España.

**BENLLOCH, M<sup>a</sup> Lluisa.** 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 especialista en Comportamiento Organizacional, Desarrollo de Habilidades Directivas y Comunicación de los programas MBA, MIDE y Executive MBA de IE Business School. Desde Septiembre 2003, Directora del Observatorio de Comunicación Interna de IE Business School. Directora Ejecutiva Centro de Recursos Humanos en IE Business School.

**JIMÉNEZ SILLERO, Manuel.** Executive Master en Dirección de Recursos Humanos por IE Business School. European Master in Business Sciences por la Universidad de Lyon (Francia). Hasta 2002 vinculado al departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada, impartió docencia en Dirección Comercial y Marketing en diversas titulaciones. En la actualidad desarrolla su actividad profesional en el área de selección dentro del departamento de Recursos Humanos de Banesto donde entre otros proyectos trabaja en el diseño e implantación de la estrategia de employer branding de la organización.

**RUIZ LÓPEZ, Carlos.** Actualmente director de marketing y ventas del grupo internacional de belleza CHIC Corporation, cuya enseña más reconocida es Marco Aldany, cadena líder en el sector de la peluquería y estética con más de 400 salones. Ha desarrollado funciones similares en otras cadenas de franquicias líderes como son Clínicas Vitaldent y Tintorerías Pressto, estando presente y desarrollando tanto el posicionamiento como las políticas comerciales en sectores muy diversos con proyectos pioneros. Teniendo también experiencia en el sector de la distribución desde Seagram’s España donde realizó funciones en el área de trade y field marketing. Entre sus hitos más destacados está haber posicionado a Passport como 3<sup>a</sup> whisky por 1<sup>a</sup> vez y única en la historia (fuente Nielsen), en el lanzamiento de Ron Cacique, posicionar a Tintorerías Pressto como líder en 18 países y obtener con Clínicas Vitaldent sus mejores ratios históricos. Licenciado en Marketing y ventas, y Diplomado en psicología, actualmente imparte formación y colabora con escuelas privadas y prestigiosos foros empresariales, en diversas especialidades de marketing.

**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 Vicepresidentes, 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.