

RSC y Marketing Interno





RSC y Marketing Interno

• **Planificación de la jornada:** (14 de septiembre de 2012)

Presentación ponente. Personal y profesional.

Explicación asuntos a tratar. Definiciones.

Expectativas del ponente. Susana Tejada. Basado en experiencia.

Plan de marketing. Consejos prácticos.

Time table-horario-ordutegia.

Conclusiones.



RSC y Marketing Interno

- ¿Cómo llegué aquí?.....La importancia del compromiso , la fidelidad, el mantener las relaciones..... Asociación de Marketingy sobre todo ponerle pasión a todo lo que se hace. Pasión y entusiasmo, una gran combinación.
- ¿Qué me llevé?. Amistad, conocimiento y creatividad.
- Transmite optimismo, cuesta lo mismo y colaboras a hacer más felices a los que te rodean y ahuyenta a los pesimistas y conformistas.
- “Hitza, hotsa eta hutsa” (la palabra, el sonido y el silencio). Itziar Laka. Lección inaugural curso 2012-2013.
- Educación. Enseñanza pública. “Eman ta zabal zazu”. Calidad y compromiso en la enseñanza. Acercar la realidad , el conocimiento y la solidaridad.



RSC y Marketing Interno

- ¿Qué buscan ahora las empresas?.

Personas con habilidad para adaptarse al entorno, inteligencia emocional , comunicación y autonomía. Dan por descontada la formación.

- ¿Qué buscan los trabajadores?.

Empresas o empleos que den seguridad, salario por encima de la media (25.000 €), y poder tomar decisiones...

- ¿Cómo hacer para alinear las aspiraciones de ambas partes y orientar a los resultados-mercado a todos los trabajadores?.



RSC y Marketing Interno





RSC y Marketing Interno

Definición de Marketing Interno:

“Filosofía interna de una empresa (valores) por la que los empleados se encuentran alineados con la estrategia de la organización y se establece una relación de confianza. “



“ Las personas podrán olvidar lo que dijiste, podrán olvidar lo que hiciste, pero nunca olvidarán cómo las hiciste sentir ”.

Iñigo M^a de la Fuente España.



RSC y Marketing Interno

Definición de Marketing Interno:

Experto: ¿qué es a qué se refiere ?

Trabajo en equipo. Marketing interno – HHRR- Estrategia de la empresa.

“Empatía: *capacidad de pensar y sentir la vida interior de otra persona como si fuera la propia”.*

“ Liderazgo: *influnciar y alinear a los demás hacia un mismo fin. Tipos : directivo, participativo, delegativo ,transformacional y transaccional “.*

“ Trabajo en equipo: *ninguno de nosotros es más importante que el resto de nosotros.”*



RSC y Marketing Interno

¿Departamentos de HHRR y Márketing ?.

Todos los días me levanto para...¿sufrir?, ¿disfrutar?, que llegue el fin de semana.....¿ganar más dinero?. ¿realizarme?, ¿aprender?, ...¿hacer algo por los demás?. Trabajar por departamentos o por procesos.

¿Dónde queda la satisfacción personal y el servicio al cliente-mercado?.

¿Cómo me motivo y me motivan?. HHRR.

¿Qué puedo hacer yo por los demás.....RSC ?

¿Conozco la estrategia de mi empresa?. ¿ y la mía personal?

Iñigo M^a de la Fuente España.



RSC y Marketing Interno

Definición de Responsabilidad Social Corporativa:

Definición :“Filosofía interna de una empresa” . Ejemplo ;[RSC](#)

“Contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido”.

RSC es” el continuo compromiso de los negocios para conducirse éticamente y contribuir al desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general”

“Si luchas puedes perder, si no luchas estás perdido”

Iñigo M^a de la Fuente España.



RSC y Marketing Interno





RSC y Marketing Interno

Asimilando conceptos y cerca de las “pes”:

- Producto: trabajo/ empresa.
- Precio: salario o en su caso trabajos de mayor responsabilidad.
- Distribución (place): localización o ubicación.
- Comunicación (promotion): comunicación interna, información a los empleados y reuniones de trabajo.
- Personas (people) : lo más importante ??? ¿no lo eran los resultados?.

Los clientes en este caso son todos los trabajadores (clientes internos).



RSC y Marketing Interno

•Procesos de gestión :

- Satisfacción en el puesto de trabajo: actitud.
- Involucración en el puesto: participación.
- Compromiso organizacional: identificación.
- Filosofía de cambio y mejora permanente. I+D+i (Indagación+ Diálogo + ingenio)..
- Tamaño de la empresa (90% PYMES).
- Trabajo en equipo. Compañerismo. Implicación.
- Liderar. Dibujos animados. Objetivo común. Niños. Iniciativa.



RSC y Marketing Interno

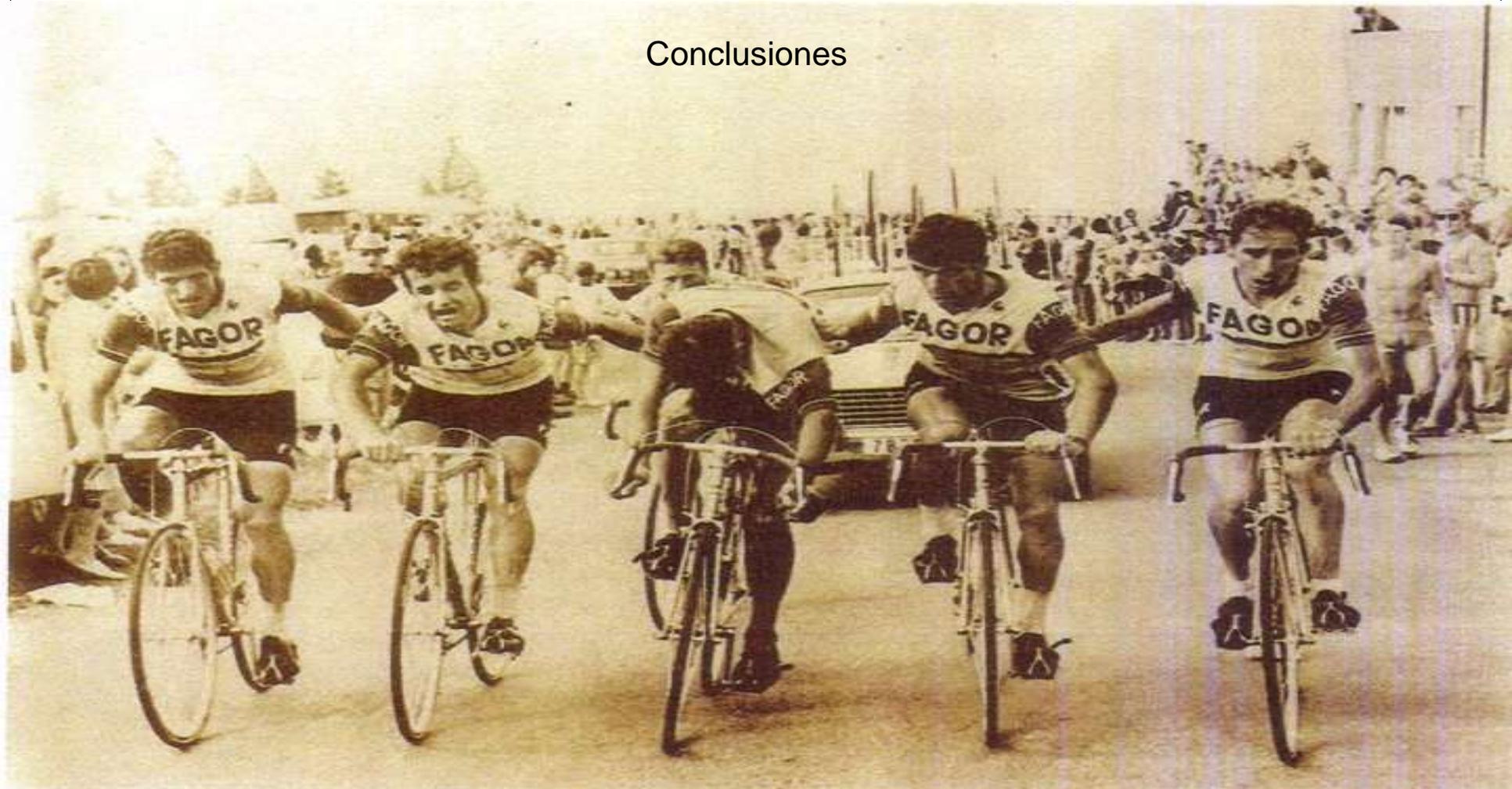
Plan de marketing Interno:

- Análisis del entorno: compararnos con organizaciones similares (benchmarking).
- Análisis del mercado interno: DAFO.
- Proceso de adecuación: orientar los clientes internos a las necesidades del mercado.
- Control del Plan : estado anímico de la organización. Encuestas de satisfacción del personal.



RSC y Marketing Interno

Conclusiones





RSC y Marketing Interno

- Plan de Comunicación: descendente, ascendente y horizontal.
El “rumor” la peor Comunicación posible.
Comunicación interna 2.0 versus Cultura interna 2.0 : la cultura es comunicación en movimiento.
Acceso y disponibilidad, Igualdad, Usabilidad, Participación, Interacción, Construcción colectiva, Escuchar, Responder y hacer, y Horizontalidad.
- Plan de Motivación: plan de carrera, gestión por competencias, formación, espíritu de equipo y habilidades personales.
- Departamentos de HHRR y Márketing. y Dirección General. Hablar el mismo idioma para no confundir a la gente.



RSC y Marketing Interno

- **BBVA** entiende la responsabilidad social corporativa como el conjunto de aportaciones positivas voluntarias –por encima de lo que exige la ley- que realiza a los sectores con los que se relaciona. Estas aportaciones favorecen las relaciones estables, sólidas y de beneficio mutuo con sus grupos de interés, relaciones que, para BBVA, son uno de los elementos estratégicos de la generación de valor y un instrumento de competitividad, orientado a la rentabilidad y a la sostenibilidad.
- **Inditex:** Los principios que rigen el compromiso en materia de Responsabilidad Corporativa son la *buena fe* en el establecimiento de relaciones con los partes interesadas y, en general, con la sociedad; el *diálogo constante* con los citados grupos de interés y las organizaciones sociales; y, finalmente, la *transparencia* en relación con nuestras actividades empresariales y, más concretamente, con el desarrollo de nuestra estrategia de sostenibilidad.
- **Telefónica** : una manera de gestionar su negocio en relación con todos sus grupos de interés. En la medida en la que el Grupo Telefónica sea capaz de generar un impacto positivo con su actividad en el progreso económico, tecnológico y social de su entorno, y de ganar la confianza de sus grupos de interés. Se trata de que sea tan importante conseguir los objetivos y resultados económico-financieros como la forma en la que se obtienen estos resultados.
Iñigo M^a de la Fuente España.



RSC y Marketing Interno

- **Iberdrola:**

1. *Cumplir* la legalidad vigente en los países en los que opera
2. *Adoptar* prácticas avanzadas de gobierno corporativo en línea con las recomendaciones de buen gobierno
3. *Respetar* los derechos humanos
4. *Desarrollar* un marco favorable de relaciones laborales basado en la igualdad de oportunidades
5. *Desarrollar* prácticas responsables en la cadena de valor, estableciendo procesos transparentes
6. *Potenciar* una cultura de respeto al entorno natural, reduciendo el impacto ambiental
7. *Favorecer* la transparencia y las reglas de libre mercado, rechazando las prácticas de soborno, corrupción u otro tipo de contribuciones .
8. *Promover* actuaciones socialmente responsables en aquellas empresas en las que se disponga del control o de la capacidad de gestión.
9. *Impulsar* las vías de comunicación y diálogo con los diferentes colectivos .
10. *Difundir* información relevante y veraz sobre las actividades realizadas, sometiéndola a procesos de verificación internos y externos.

Iñigo M^a de la Fuente España.



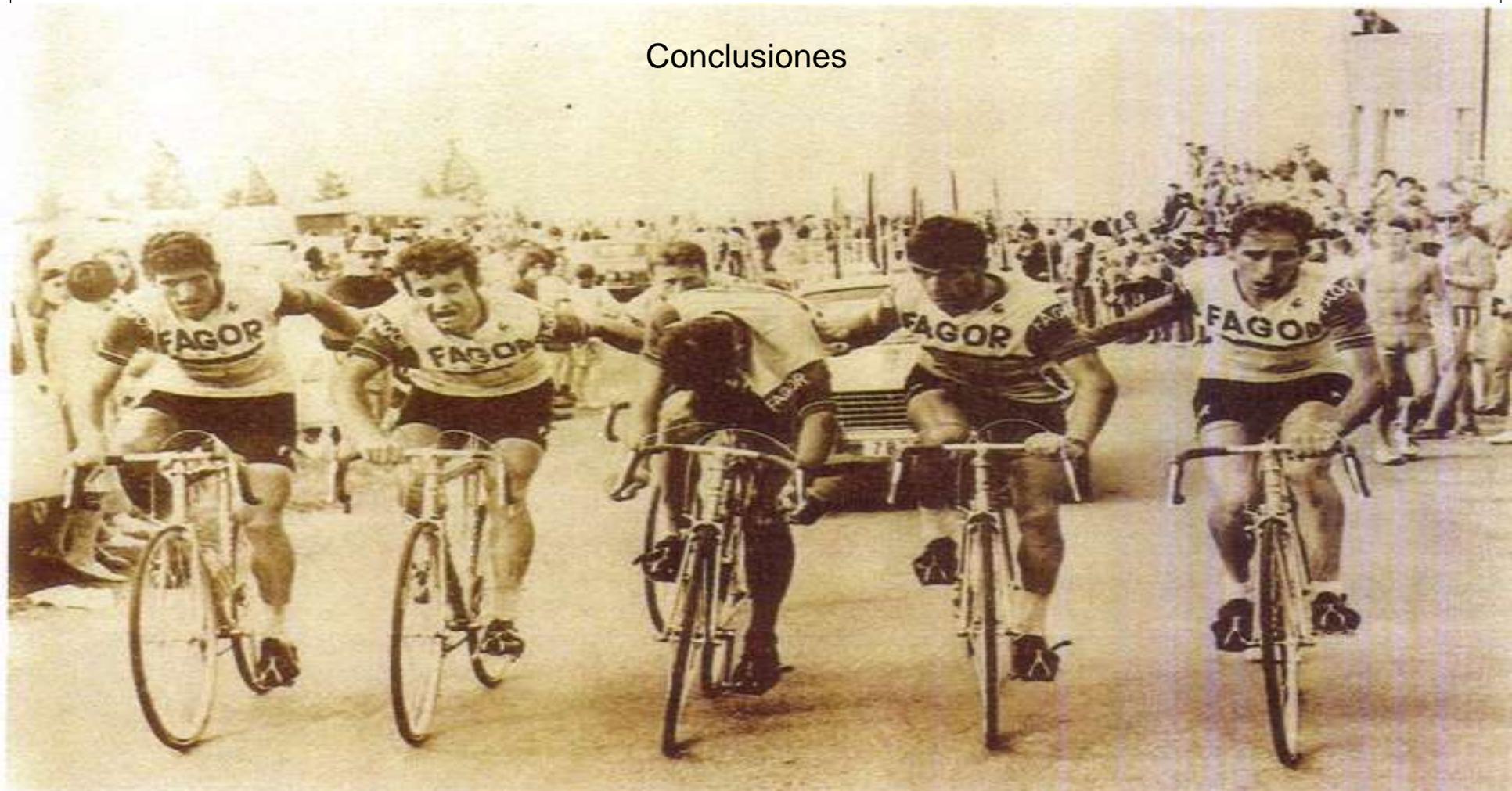
RSC y Marketing Interno

- Formación : leer cada día, apuntarse a una ONG, crear tu propio negocio on line, pertenecer a redes sociales profesionales.
- Hacer el bien y confiar en el ser humano.
- Relacionarse y consolidar las amistades. No abandonar la vida familiar.
- Practicar networking. Foros importantes como CVE, D B School, APD, Formabask, Euskalit, Innobasque,.....
- Importancia de los idiomas y viajar.....
- Plan de marketing.....



RSC y Marketing Interno

Conclusiones





RSC y Marketing Interno

Shakespeare decía: ***Siempre me siento feliz, ¿sabes por qué? porque no espero nada de nadie, esperar siempre duele.***

Los problemas no son eternos, siempre tienen solución. Lo único que no se resuelve es la muerte.

La vida es corta, ¡por eso, ámala.! Vive intensamente y recuerda: Antes de hablar... ¡escucha ! Antes de escribir... ¡ piensa! Antes de criticar... ¡ examínate ! Antes de herir... ¡ siente ! Antes de rezar... ¡ perdona ! Antes de gastar... ¡ gana ! Antes de rendirte..... ¡ Intenta !

.....ANTES DE MORIR... ¡¡ VIVE !!



Yo hoy
me propuse
ser FELIZ!...

¿Me acompañas?

RSC y Marketing Interno

Reglas internas.....

- 1- Vendemos confianza.
- 2- Nos pagan por tomar decisiones
- 3- No pierdas el tiempo
- 4- Aprende
- 5- Haz bien las cosas fáciles



RSC y Marketing Interno

Sé creativo e innovador y rebélate contra todo lo que no te guste. Intenta dejar las cosas mejor que como las encontraste y ayuda a quien los necesite.

“El ser humano es una criatura de esperanza e inventiva y ambas cualidades desmienten la idea de que no es posible cambiar el mundo “ (Tom Clancy en su obra “Deuda de Honor”).

Un placer compartir conocimiento y si se ha conseguido que seas más feliz que hace dos horas habrá merecido la pena el esfuerzo.....

Iñigo M^a de la Fuente España.



RSC y Marketing Interno

Gracias. Eskerrik asko

inigo.delafuente@sertyf.com

Iñigo M^a de la Fuente España.