



# **MARCA + PERSONAS VALOR**

**Generando valor junto a las  
personas**

¿Cual y cómo será el papel de  
Gestión del Talento Humano en  
las organizaciones del futuro?

# Que les esta pasando a las empresas?

- Competencia global
- Cambios demográficos
- Transformación de las relaciones
- Nuevos procesos motivados por la tecnología

- Menor acceso al dinero
- Volatilidad de los mercados
- Restricciones de los consumidores (exigen mas y compran menos)
- Colaboradores mas exigentes y mas “desilusionados”

# Acciones tradicionales a ello...

- Redimensionamiento de las organizaciones, mas planas, pequeñas y funcionales
- Reciclaje de puestos, tareas, “personas”
- Reinención personal de los trabajadores

**“Los empleados deberán ser, mas que nunca, los dueños de sus propias carreras profesionales”**

Que les esta pasando a las  
personas?

# CAMBIO DE VALORES

## BUSCAN:

- Organizaciones como espacio de desarrollo
- Dan mas valor a lo cualitativo que lo cuantitativo
- Son mas poderosos
- Mas informados
- Mas exigentes
- Menos fieles a la organización

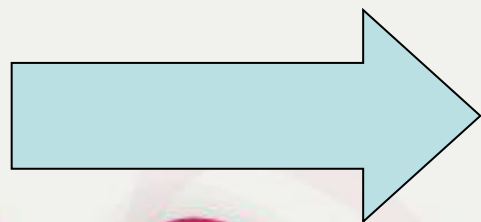
“La creación de valor hacía los empleados a través de estrategias de marca debe ser uno de los principales prioridades, SINO LA MAXIMA, que debemos gestionar”



# Una NUEVA FORMA DE GESTIONAR...

**NO a las personas, sino CON LAS  
PERSONAS**  
(generando una marca sólida)

Gestionar EL COMPROMISO  
AFECTIVO y NO NORMATIVO



Nos movemos en LO  
INTANGIBLE

Existe conexión entre la forma de tratar a las PERSONAS y los RESULTADOS ?

50% No CREE

25% Cambios MINIMOS

12,5% No lo harán por tiempo suficiente

12,5% Tendrán ÉXITO

Estudio Prof. Jeffrey Pfeffer (Universidad de Stanford)

Por qué movernos a una nueva  
forma de gestionar?

# Argumentos...

- La **ESCASEZ**: si el talento es escaso, el compromiso lo es más todavía.

COMPROMISO depende del colaborador, éste sólo estará dispuesto a ponerlo en juego si recibe señales muy claras y creíbles de que merece la pena hacerlo

# Mas Argumentos...

- CREAR UNA CULTURA FUERTE
- GESTIONAR LOS NUEVOS RIESGOS

La guerra por el talento ha pasado  
a ser la guerra por el  
**COMPROMISO**, y el campo de  
batalla es virtual, lo intangible tiene  
mas peso que lo tangible



# UNA NUEVA FORMA DE GESTIONAR

# **BUSINESS BRANDING COACHING**

# BUSINESS BRANDING COACHING

Es una metodología innovadora,  
transformadora, con alto impacto en las  
organizaciones y las personas,  
asegurando resultados de ALTA  
PERFORMANCE

# Algunos conceptos previos..

**MARKETING:** es el proceso para determinar que productos o servicios podrán interesar a los consumidores, la estrategia de ventas, comunicaciones y desarrollo del negocio.

**FINALIDAD: CREAR VALOR Y SATISFACCION al CLIENTE generando una relación GANAR-GANAR**

# Las organizaciones son fundadas, integradas y tienen por objetivo **PERSONAS**

Los Equipos que integran la organización necesariamente deben estar capacitados, deben ser un “EQUIPO LISTO!”

**MARKETING + PERSONAS =  
ORGANIZACIÓN SUSTENTABLE**

# BUSINESS BRANDING COACHING

- Pilares del Coaching:
  - ESCUCHAR en la ESCENCIA
  - RECONOCER, TENER EN CUENTA
  - ACEPTAR EL ERROR
- El arte de COCREAR:
- Los 7 NIVELES NEUROLOGICOS para la búsqueda de la esencia de marca y que ella trascienda al “logo”

# BRANDING - MARKETING

Branding es el trabajo de construcción y gerenciamiento de una marca junto al mercado.

LA MARCA pasa a tener un VALOR mayor que el propio producto o servicio



**ACCIONES DE MARKETING +  
ACCIONES INTERNAS =  
BUSINESS BRANDING  
COACHING**

# Business Branding Coaching

Es el proceso de revelar la imagen de la organización. Fortalecer su marca recordando que no es suficiente hacer Marketing donde la organización trasmite una imagen creada y no congruente con su realidad.

**Business Branding no es Marketing  
Empresarial**

# Business Branding Coaching

**es...**

- Habilidades de Comunicación
- Planificación asertiva
- Seguridad
- Organización
- Foco en las soluciones
- Autoconfianza
- Innovación

# 7 Niveles Neurológicos del Coaching



**AUTOCONOCIMIENTO = TU MARCA**

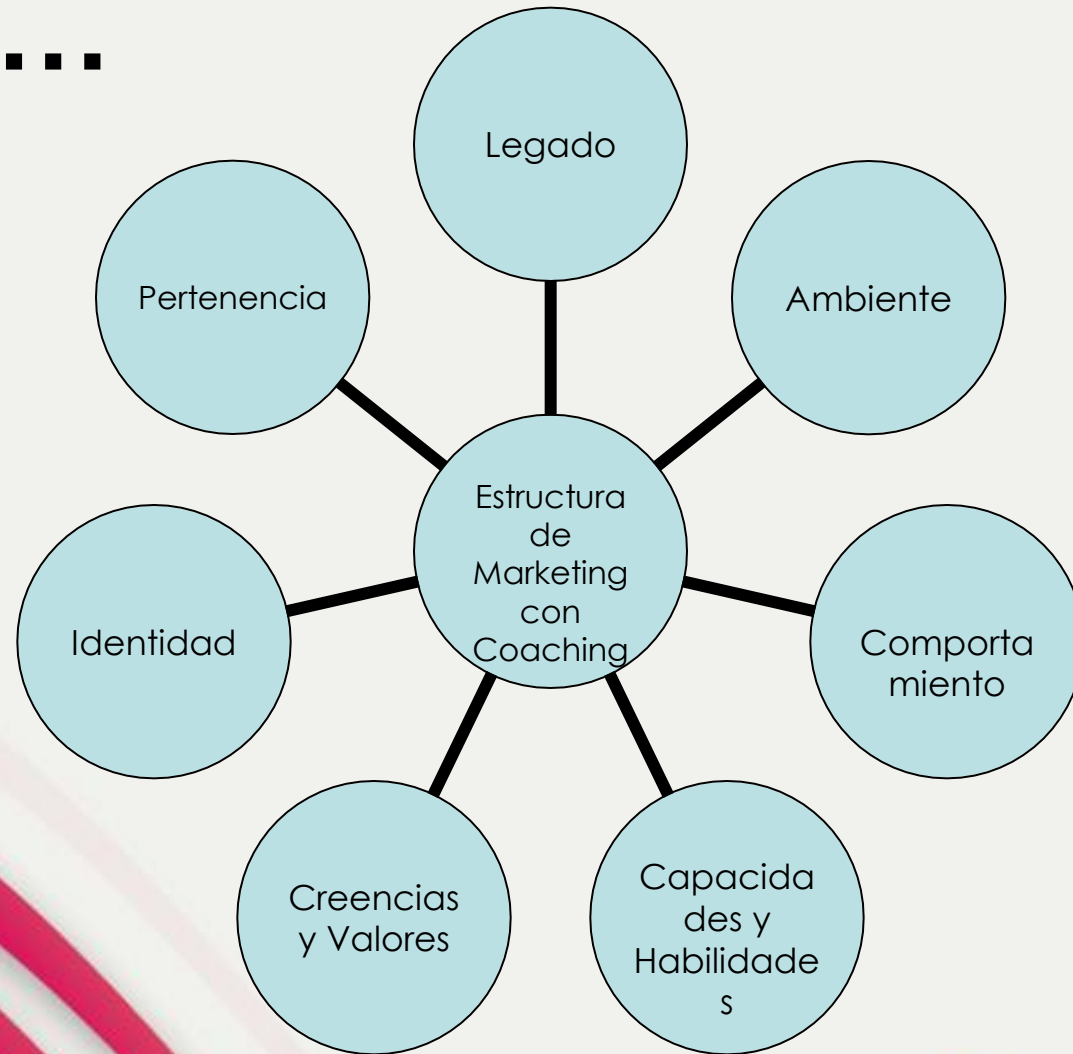
**AUTENTICIDAD Y CONFIABILIDAD**

“La cosa mas exhaustiva que puedes hacer es ser inauténtico”

(Ann Morrow Lindberg)

“Nacemos únicos, no podemos morir como una copia”

# TENER...





# SER y HACER...

Una organización UNICA, LA ESENCIA,  
LO DIFERENCIAL

# Posibles EJES DE ACTUACION para la Gestión del Talento Humano

(Modelo de Juan Antonio Esteban. Harvard Deusto Business Review)

- **Gestión de los colores**

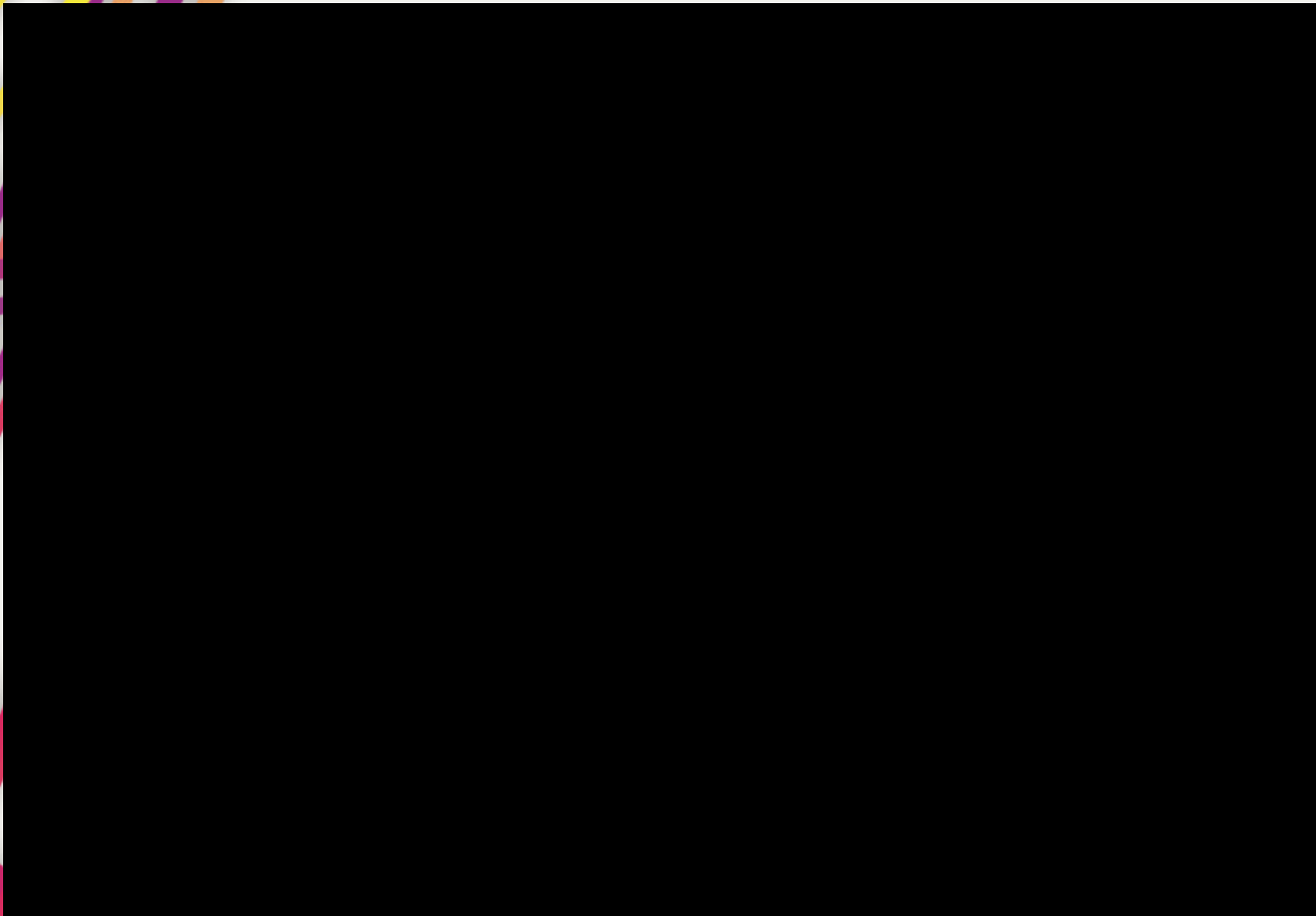
Capacidad para extraer información del mercado interno y externo

- Gestión de la **AmBiGüEdAdD**

Estructuras variables, cambiantes, dinámicas

- Gestión de la **CREDIBILIDAD**

Trasmitir una propuesta de valor





# Gracias por su atención!

Alain Montero T.  
Tc. As. RR.LL.  
Business and Executive/Master Coach  
[iuc@iuccoaching.com.uy](mailto:iuc@iuccoaching.com.uy)  
[amontero@iuccoaching.com.uy](mailto:amontero@iuccoaching.com.uy)  
Torre X Juncal 1378 Of. 1405  
2908 7706

