

Evento especial para líderes de gestión humana

Identidad, cultura y personas

Fecha: martes, 27 de mayo de 2025

Hora: 10:00 a. m. a 12:00 m.

Modalidad: presencial

Lugar: Centro de Servicios El Poblado
Avenida el Poblado - Carrera 43 A N. 16 sur – 245 – Auditorio

Objetivo:

Sembrar en los asistentes múltiples reflexiones accionadoras de cambio individual y colectivo con respecto a las 3 temáticas de la conferencia.

¿Qué lograrás en este espacio?

Los participantes se llevarán además herramientas prácticas para:

- Diseñar una marca empleadora atractiva que inspire orgullo y lealtad.
- Implementar estrategias de bienestar y cultura organizacional a través de casos reales con resultados financieros reales (Caso Volvo).
- Fomentar una cultura de pertenencia y autenticidad que se traduzca en menores índices de rotación y mayor desempeño.
- El triángulo estratégico: Cómo deben integrarse marketing, comunicaciones y gestión humana para lograr el éxito de la marca empleadora

Oferta de valor:

Novedades para la audiencia

- Tendencias en OnBoarding (Las 4 Cs), Bienestar, entre otros eslabones clave del ciclo de vida del colaborador. Desde las prácticas de hasta la adaptación de una cultura de pertenencia.
- Creatividad aplicada en el journey de experiencia del empleado. Caso Mercedes Benz.
- Beneficios: Tiempo sabático para colaboradores enfocado en pasantías ambientales: Caso Patagonia
- Insight sobre la Retención de Talento (nosotros hablamos de enamoramiento): Datos recientes que demuestran el impacto directo de una marca empleadora madura en la retención y productividad.

Contenido temático:

1. Identidad | El núcleo identitario de una organización se construye sobre los valores y el propósito que define su rol único en la sociedad y cómo se percibe ante el público. En el contexto de Marca Empleadora, la identidad involucra que los colaboradores no solo conozcan estos valores, sino que los interioricen, integrándolos en su desempeño y forma de actuar.

La identidad fuerte impulsa a los empleados a sentirse parte esencial del “quiénes somos”, lo cual refuerza el sentido de pertenencia y autenticidad, promoviendo el compromiso y la coherencia en cada nivel de la empresa.

2. Cultura | La cultura organizacional como colectivo que refleja los comportamientos, creencias y prácticas diarias en el lugar de trabajo. Más allá de los beneficios tangibles, como el sueldo y el descanso, la cultura es la atmósfera que hace que el entorno sea inspirador y funcional para el crecimiento personal y profesional.

Una cultura positiva y bien gestionada se convierte en un imán para el talento y en una ventaja competitiva, ya que genera confianza y un sentido compartido de misión y visión, fomentando un entorno colaborativo y resiliente.

3. Personas | Las personas son el núcleo de la Marca Empleadora; su bienestar, desarrollo y conexión con la organización determinan el éxito de la marca. El enfoque está en entender y satisfacer las necesidades de los colaboradores, desde las más básicas hasta las más complejas de autorrealización.

Dirigido a:

A profesionales y directivos de empresas de cualquier tamaño e industria que tengan capacidad de accionar transformaciones: presidentes, Gerentes, Personas de primer nivel, Directivos y Líderes de Gestión Humana, Comunicaciones y Marketing. También a personas de las áreas financieras, puesto que logrando una cultura de marca enfocada en las personas disminuirá la rotación, los inversionistas tendrán una mayor disposición a invertir en este tipo marcas y la sociedad como tal, estará más dispuesta a comprar sus productos o servicios.

Expositor(a):

Juan Esteban Cock V.

Director y fundador de Heart - Marcas más humanas.

Informes e inscripciones:

Contacto: Equipo Afiliados Primero

Teléfono: (4) 576 64 91 | WhatsApp: 316 027 90 24

Correo electrónico: afiliados@camaramedellin.com.co