

El márketing aplicado a la gestión de personas

El Instituto de Educación Continua de la Universidad Pompeu Fabra (IDEC) de Barcelona celebró el mes pasado la jornada "Innovación en la Gestión de Personas, el Capital Intelectual y el Márketing Interno". A través de dicha jornada, que reunió a unas 400 personas, se presentó el Diploma de Posgrado en Márketing Interno, organizado por dicha universidad conjuntamente con Manpower y dirigido por José Luis Crespán, profesor titular de Comer-

cialización e Investigación de Mercados de la UFF, y Antonio Ruíz, responsable de Márketing Relacional de Gas Natural. En el transcurso de la jornada, en la que participaron expertos en recursos humanos de entidades como Manpower, Aedipe Cataluña, PeopleMatters o el Club de Márketing de Barcelona, se puso de manifiesto la importancia creciente del márketing interno. Este nuevo concepto "no es más que el enfoque del márketing aplicado a la

gestión de personas y consiste en la realización de acciones y programas dirigidos al equipo humano de la organización", comenta Ruíz.

Los asistentes coincidieron en afirmar que el contrato emocional entre empresa y trabajadores es una clara ventaja competitiva. Así lo explica uno de los directores del posgrado, Antonio Ruíz: "El márketing interno trata de conseguir una mayor motivación de los empleados que provoque crecimientos de

productividad, facilite que las emociones aplicadas o añadidas al conocimiento se conviertan en 'capital emocional' que es capaz de transformar el valor intelectual de una organización en capital financiero".

El programa pretende proporcionar a los directivos y predirectivos las habilidades necesarias para las acciones relacionadas con la dirección de personas desde la perspectiva del márketing.

