

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 Ruiz**, 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 Ruiz.

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 Ruiz: "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.

