



Autoras: **Custodia Cabanas y Asunción Soriano**
LID Editorial • Colección: **IE Business Publishing**
Precio **19,90 euros** • Precio ebook: **11,99 euros**
ISBN: **9788483567913** • Formato **15x22 cm**
Encuadernación: **Rústica** • Páginas: **200**

Índice

Prólogo de José Manuel Velasco

Prefacio de José Antonio Carazo

Agradecimientos

Introducción

1. Oportunidades para la función de la comunicación interna
2. Tendencias e innovación

Tendencia 1. Comunicación en dos ejes: el negocio y los empleados

1. Visión, valores y estrategia
2. Las personas por encima de las herramientas

Tendencia 2. Posicionamiento de marca interna para hacer externa

1. Embajadores de marca
2. Marca y cultura corporativa
3. La comunicación interna al servicio del branding
 - 3.1. Saber: conocimiento
 - 3.2. Sentir: interiorización
 - 3.3. Hacer: experimentar

Tendencia 3. Comunicación multidireccional: Human Age

1. Comunicar = Transmitir + Escuchar
2. El papel de los líderes
3. Comunicar: la labor de los mandos
4. ¿Cómo conseguir que los directivos sean buenos comunicadores?
5. Líderes naturales

Tendencia 4. El reconocimiento como incentivo

1. ¿Cómo convertir el reconocimiento en un verdadero incentivo?

Tendencia 5. El poder de contar historias

1. ¡Será mejor que lo cuentes!
2. Cuéntalo en imágenes

Tendencia 6. Comunicación multicanal

1. Simplificación y utilidad
2. La era digital y su aplicación en los canales de comunicación interna
3. Los vídeos y el cara a cara

Tendencia 7. Tecnología y comunicación. *Be social, be mobile*

1. ¿Qué riesgos temen las empresas?
2. Integrar o controlar
3. Gestión y herramientas de los medios sociales
4. Los teléfonos inteligentes, compañeros de trabajo inseparables
5. Los cuatro pasos
6. La medición

Tendencia 8. Comunicación de impacto

1. Cuando el humor ayuda

Tendencia 9. El efecto contagio de la comunicación interna

1. La participación del empleado
2. Buscando embajadores internos
3. Fomentando el voluntariado interno

Tendencia 10. Continuidad en comunicación interna

1. La sostenibilidad, más que un concepto
2. Próximos retos: avanzar en medición

Epílogo de Núria Vilanova

Bibliografía



Las autoras



Custodia Cabanas es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, doctora por la IE Universidad y MBA por IE Business School. Profesora y directora del Área de Recursos Humanos, Comportamiento Organizacional y Desarrollo de Habilidades Directivas del Instituto de Empresa Business School, es además codirectora del Observatorio de Comunicación Interna Inforpress-IE-Capital Humano, y autora de numerosos trabajos de investigación sobre liderazgo, gestión del cambio y comunicación interna.



Asunción Soriano, licenciada en Ciencias de la Información y PDG por IESE Business School, es vicepresidenta de la Consultora de Comunicación Inforpress y codirectora del Observatorio de Comunicación Interna Inforpress-IE-Capital Humano. Experta en asesoría estratégica en diálogo de las organizaciones con sus públicos, campañas de opinión, gestión de crisis, gestión del cambio y comunicación interna, es ponente habitual en universidades y congresos en España y Latinoamérica y jurado en premios internacionales como Eurobest, Stevie, Mercury o Sabre Awards.

La obra

A menudo **se duda de la utilidad de la comunicación interna en las organizaciones**. Muchos se preguntan si merece la pena invertir en ello. La respuesta de las autoras, **Custodia Cabanas y Asunción Soriano**, es contundente: sí, la comunicación interna se puede utilizar para obtener un impacto positivo en la cuenta de resultados.

Convertir a los empleados en embajadores que contagien los aspectos positivos de la compañía es la mejor inversión que una empresa puede hacer a largo plazo. Esa es la idea que subyace a lo largo de la obra, que surge tras años de trabajo por parte del Observatorio de Comunicación Interna, que fue creado por Inforpress, la revista Capital Humano y el IE Business School.

Se fundó en el año 2003 con el objetivo de divulgar la importancia de la comunicación interna y, más de 10 años después, todo ese esfuerzo se transforma en un libro que además, cuenta con las **aportaciones, en forma de vídeo, de especialistas en Recursos Humanos y Comunicación** como Jorge Díez-Ticio, Graciella Ramallo, Susana Gómez, Paloma Lorenzo, Cristina Humet, Carmen Queipo de Llano, Silvia Lázaro, Jesús Frej, María Luisa Benlloch, Manel Gimenez y Jordi García.

Además, como apunta José Antonio Carazo en el prefacio, las tendencias que explican las autoras a lo largo del libro **se basan en la experiencia de las empresas y organizaciones que mejor han trabajado en el ámbito de la comunicación interna** y que incluso han recibido premios por ello. El Grupo Mahou San Miguel, Catalunya Caixa, ING Direct, ONO, Iberdrola, Leroy Merlin o el Grupo Eulen son sólo algunos ejemplos de los casos prácticos que el lector podrá descubrir.

Comunicar para transformar sirve de inspiración y supone el salto definitivo para directivos, responsables de Comunicación Interna, Gestión de Personas o de Recursos Humanos, que día a día necesitan reforzar el compromiso de los colaboradores en la transformación o la integración organizacional demostrando que la comunicación interna se presenta hoy como la gran aliada estratégica de las empresas para la gestión del cambio.



Citas elogiosas

«*Comunicar para transformar* presenta un análisis exhaustivo de las mejores prácticas y tendencias de mayor actualidad en Comunicación Interna en las empresas españolas como herramienta estratégica de cara a un futuro incierto y aporta al lector fórmulas para liderar los enormes retos transformadores que nos depara el siglo XXI»

**Santiago Íñiguez de Onzoño, Presidentes IE University
y decano de IE Business School**



«Este libro es una guía excelente para acabar de convencerse de que las personas conectadas entre sí y con un horizonte común son el combustible que mueve a la organización hacia un futuro mejor»

**José Manuel Velasco,
Presidente de la Asociación de
Directores de Comunicación (Dircom)**

«Los directivos han de bajarse de su pedestal y empezar a hablar de tú a tú con el equipo; necesitan nuevas fuentes de inspiración y energía»

**Núria Vilanova, Presidenta de Inforpress y presidenta del
Capítulo Ibérico del CEAL**

«Las políticas de Recursos Humanos se han convertido en la mejor publicidad positiva que pueden tener las empresas. Las buenas prácticas de gestión de personas se han erigido como el mejor marketing corporativo»

**José Antonio Carazo
Director de Capital Humano**



Para más información:
laura.diez@lideditorial.com
beatriz.raso@lideditorial.com
91 372 90 03

