

II Conferencia Anual:



Excelencia en la Comunicación Corporativa

a **marcusevans** event

Maximice el alcance de la Comunicación Corporativa para el beneficio de su Compañía

16-18 de Febrero, 2011
Hotel Casa Dann Carlton | Bogotá, Colombia

[Para detalles de inscripción oprima aquí](#)

Presidente de Honor:

Katarina Steinwachs
Head Corporate Communications & Government Affairs
Siemens S.A. Region Austral-Andina

Talleres Pre-conferencia: 16 de Febrero, 2011

TALLER A: Redes Sociales
TALLER B: Comunicación en Crisis

Asista a Esta Conferencia y Logre:

- **Crear** más y mejores estrategias de Comunicación Corporativa para su Compañía
- **Replantear** el costo/beneficio de tener Redes Sociales
- **Controlar** el flujo de información que sale de la Compañía
- **Gestionar** la Comunicación Interna teniendo en cuenta el clima organizacional y la inteligencia emocional
- **Monitorear** los indicadores de gestión
- **Demostrar** a sus empleados el valor de la Responsabilidad Corporativa y **motivar** la participación
- **Definir** los conceptos y procedimientos a seguir para comunicar una crisis

¿A Quién Va Dirigido el Evento?

A los Vice-presidentes / as, Gerentes, Directores / as, Jefes / as, Especialistas o Coordinadores / as en:

- Comunicación Corporativa
- Prensa y Medios
- Gestión Humana
- Relaciones Públicas
- Comunicación Interna
- Marca e Imagen
- Recursos Humanos
- Responsabilidad Social
- Comunicación Externa
- Asuntos Corporativos

Patrocinador:



Apoyo de Medios Platino:



Apoyo de Medios Nivel Plata:



“Logre una mejor comprensión de las redes sociales, una preparación integral para enfrentar cualquier tipo de crisis y valore la responsabilidad social como beneficio para su compañía.”



Un espacio multidisciplinario en donde se aprenden a integrar los distintos flujos de información a través de las comunicaciones corporativas.

Panel de Expertos:

Martha Cecilia Castaño
VP Talento Humano
ECOPETROL

María Andrea Díaz
Jefe de Comunicaciones
Banco de la República de Colombia

Gonzalo Velásquez
Director Comunicaciones
Grupo Éxito

Marco Llinás
Gerente de Asuntos Públicos y Comunicaciones
Coca-Cola de Colombia

Gabriel Torres-Brown
Jefe de Comunicaciones Externas Nutrition
Pfizer Colombia

Guillermo Cardozo
Gerente Marketing, Comunicaciones y RS
IBM Colombia

Daniel Suárez
Gerente de Asuntos Corporativos
Nestlé Colombia

Luisa Fernanda Angulo
Coordinadora de Comunicaciones
DuPont Región Andina

Jorge Mauricio Téllez
Director Comunicación Corporativa
ECOPETROL

Luis Fernando Samper
Gerente de Comunicaciones y Mercadeo
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

Juan David Lee
Gerente de Comunicaciones Externas
Bavaria SABMiller Colombia

Ricardo Santamaría
Manager Director
FD Gravitas

Amalia Ruiz
Gerente de Comunicaciones
Compañía Minera Antamina S.A

Martha Lucía Constain
Gerente de Comunicaciones
Banco de Bogotá

Isaac Friedman Kilimajer
Gerente Relaciones Corporativas
PETROPERÚ

Luisa Elorza
Gerente Asuntos Corporativos
Colombiana Kimberly Colpapel S.A

Ana María Cáceres
Directora de Comunicaciones de Marca
Tigo Colombia

Isabel Pérez
Docente de postgrado Gerencia de Marca
Universidad EAFIT

Natalia Jaramillo
Coordinadora de Comunicaciones
Asocaña

Angie Choperena
Directora de Comunicaciones
Triple A S.A E.S.P

Pre-Conferencia | Miércoles, 16 de Febrero, 2011

12:00 Registro y Café

TALLERES PRE-CONFERENCIA

1:00 Taller A

Implementación, Manejo y Sostenimiento de las Redes Sociales

Este Taller Pre-Conferencia tiene como propósito comprender la relevancia de las Redes Sociales en la actualidad, así como analizar los alcances y limitaciones para su Compañía. Contará con charlas detalladas de expertos en el tema y discusiones de casos específicos de éxitos y fracasos en la implementación de las nuevas tecnologías de comunicación.

Los Propósitos Principales son:

- Comprender la importancia de la Comunicación Inmediata como premisa de las Redes Sociales
- Definir los alcances y limitaciones de las nuevas tecnologías de comunicaciones emergentes
- Establecer plataformas fuertes para el manejo y seguimiento de las Redes Sociales
- Entender que la implementación es sólo el primer paso en el establecimiento de nuevas tecnologías
- Discutir casos específicos de Compañías exitosas en la implementación de Redes Sociales
- Analizar el tema de protección de la información

¿A Quién Va Dirigido?

A todos los Ejecutivos interesados en una comprensión integral de la implementación de Redes Sociales.

Principales beneficiarios del Taller: Gerentes, Directores/as, Jefes/as, Especialistas y Coordinadores/es de Comunicación Externa, Prensa y Medios, Marca e Imagen, Tecnología y Relaciones Públicas.

Guillermo Cardozo, gerente Marketing, Comunicaciones y RS
IBM Colombia

3:00 Café

3:30 Taller B

Comunicación en Crisis: de la Preparación a la Reparación

Este Taller Pre-Conferencia explorará paso a paso los procesos que una Compañía debe tener para estar preparado y reaccionar a una Crisis tanto Interna como Externa. Especialistas en la materia guiarán este taller con el objetivo de que los asistentes entiendan la importancia de tener un procedimiento establecido para enfrentar cualquier tipo de Crisis que pudiera afectar las operaciones de su Compañía.

Los Propósitos Principales son:

- Diferenciar los distintos tipos de crisis a los que está expuesta una Compañía. Ej.: Desastres naturales, disturbios públicos, temas jurídicos, escándalos, tragedias, etc.
- Seguir los pasos de preparación para una Crisis desde la implementación de un programa hasta el momento de respuesta
- Integrar a los empleados en el manejo de una Crisis
- Definir un plan claro y acertado para enfrentar la Crisis
- Continuar el negocio y proteger la reputación y cuidar la imagen de marca durante la Crisis.

¿A Quién Va Dirigido?

A todos los agentes involucrados en la Gestión Operativa de la Compañía, resultando especialmente valioso para los Presidentes/as, Vice-Presidentes/as y Directores/as Generales de las distintas áreas de la Compañía, ya que por medio de este Taller comprenderán el rol que deben desempeñar cada uno de ellos en situaciones de Crisis. Invitamos también a los Gerentes, Directores/as, Jefes/as, Especialistas y Coordinadores/as de Comunicación Interna y Externa, así como Prensa y Medios, Recursos Humanos y Asuntos Corporativos

María Andrea Díaz, Jefe de Comunicaciones
Banco de la República de Colombia

5:30 Fin de la jornada Pre-Conferencia

[Para detalles de inscripción oprima aquí](#)

Primer Día | Jueves, 17 de Febrero, 2011

8:00 Registro y Café

9:00 Discurso Inaugural

COMUNICACIÓN INTERNA, LIDERAZGO Y CANALES

9:15 Presentación apertura

El clima organizacional y el valor de la inteligencia emocional en las Comunicaciones

- Comprender el papel de la inteligencia emocional en las Relaciones Corporativas
- Generar motivación a través de distintas herramientas para incrementar los resultados
- Crear Comunicación de bienestar en la Compañía

Martha Cecilia Castaño, VP Talento Humano
ECOPETROL

10:00 Caso práctico

Retos y alternativas en los canales de Comunicación interna de Compañías en entornos exigentes

- Conocer el reto de la Comunicación Interna en una Compañía con un alto número de empleados
- Comunicar internamente a través de distintos canales
- Establecer herramientas alternativas cuando no se tiene acceso a la red
- Transmitir información para públicos diversos

Gonzalo Velásquez, Director Comunicaciones
Grupo Éxito

10:45 Café

11:15 Caso práctico

Comunicación Rural y liderazgo

- Definir y entender el valor de la Comunicación Rural
- Diferenciar la tradicional información en cascada de la información horizontal
- Identificar los tipos de audiencias para comunicar por medio de canales coherentes
- Reconocer el liderazgo como una estrategia comunicativa

Amalia Ruiz, Gerente de Comunicaciones
Compañía Minera Antamina S.A

LA MEDICIÓN DE LA COMUNICACIÓN

12:00 Caso práctico

Impacto en la Comunicación: medición y diagnóstico

- Conocer los indicadores existentes para medir la gestión en la Comunicación
- Plantear medidas de Comunicación estratégica que involucren indicadores de gestión
- Evaluar la credibilidad, cubrimiento y avance de la Comunicación de la Compañía

Luisa Fernanda Angulo, Coordinadora de Comunicaciones
DuPont Región Andina

12:45 Almuerzo

GRUPOS DE INTERÉS Y COMUNICACIÓN RESPONSABLE

1:45 Mesa redonda

Grupos de interés e implementación de canales de comunicación efectivos

- Introducción: "Estrategias de comunicación en un gremio"
- Puntos de discusión:
 - ¿Cómo se definen las audiencias y los grupos de interés en la comunicación?
 - ¿Qué estrategias debo seguir para comunicarme efectivamente con los grupos de interés?
 - ¿Cuáles son los espacios en los que fluye la información?

Natalia Jaramillo, Coordinadora de Comunicaciones
ASOCAÑA

Primer Día | Continuación

2:30 Caso práctico

Comunicaciones responsables en medio de una crisis de opinión pública

- ¿Qué es una crisis de opinión pública?
- ¿Por qué manejar bien una crisis?
- ¿Quiénes están en riesgo en una crisis?
- ¿Qué y Quiénes están en riesgo en una crisis?
- Pasos claves a seguir

Ricardo Santamaría, Manager Director
FD Gravitás

AUDIENCIAS, REDES SOCIALES Y SEGUIMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3:15 Caso práctico

Identificación de audiencias y fortalecimiento de imagen en la Comunicación Corporativa

- Definir los tipos de Audiencias que interactúan en los procesos de Comunicación
- Generar una identificación poderosa de la marca en los consumidores
- Entender el "engagement directo" como medida efectiva de posicionamiento de marca
- Responder oportunamente a las circunstancias externas que afectan la imagen y operaciones de la Compañía

Angie Choperena, Director de Comunicaciones
Triple A S.A E.S.P

4:00 Café

4:30 Caso práctico

Monitoreo y respuestas en la Comunicación con las audiencias externas

- Observar, monitorear y tomar acciones en el seguimiento de la información generada por el público externo
- Reacción Institucional y legitimación de los comentarios en las Redes Sociales
- Analizar las restricciones en seguridad de la Compañía
- Evaluar la relación entre los canales de comunicación tradicionales y los emergentes

Ana María Cáceres, Directora de Comunicaciones
Tigo Colombia

5:15 Panel de cierre

Estrategias en el seguimiento de la información

- Identificar herramientas para el seguimiento de la información de los consumidores: opiniones, reclamos, críticas, sugerencias, comentarios, etc.
- Generar mejores estrategias para el lanzamiento de nuevos productos y protección de la marca
- Mejorar la visibilidad, la novedad y las ventas de la Compañía
- Monitorear y responder oportunamente al flujo de información externa
- Analizar los riesgos de exposición y amenaza a la marca que se generan por el uso de las redes sociales
- Entender los informes de medios

Guillermo Cardozo, Gerente Marketing, Comunicaciones y RS
IBM Colombia

Isabel Pérez, Docente de posgrado Gerencia de Marca
Universidad EAFIT

Daniel Suárez, Gerente de Asuntos Corporativos
Nestlé de Colombia

6:00 Discurso de cierre

6:15 Fin de la primera jornada

[Para detalles de inscripción oprima aquí](#)

Segundo Día | Viernes, 18 de Febrero, 2011

7:30 Registro y Café

8:15 Discurso Inaugural

IMAGEN Y REPUTACIÓN

8:30 Presentación apertura

Estrategia de marca desde la perspectiva de un gremio

- Identificar las marcas o productos a posicionar
- Generar una identificación de la marca en las audiencias receptoras de información
- Posicionar una imagen poderosa a partir de una estrategia de gremio

Luis Fernando Samper

Gerente de Comunicaciones y Mercadeo

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

9:15 Caso práctico

Transparencia Comunicativa para la protección de la Reputación

- Diseñar programas de Reputación Corporativa y Comunicación estratégica
- Establecer herramientas ágiles y equitativas de Comunicación
- Comprender la importancia de la transparencia en la construcción de imagen de marca
- Amortizar los riesgos de exposición en la transparencia
- Evaluar las consecuencias de posicionar información en la web

Isaac Friedman Kilimajer

Gerente Relaciones Corporativas

PETROPERÚ

10:00 Caso práctico

Gestión de la reputación a través de Comunicaciones Estratégicas

- Entender cómo conformar un equipo de comunicación interna y externa para proteger la reputación
- Manejar efectivamente las audiencias y los grupos de interés
- Definir herramientas para fortalecer la marca
- Medir las estrategias de gestión de reputación establecidas

Jorge Mauricio Téllez

Director Comunicación Corporativa

ECOPETROL

10:45 Café

COMUNICACIÓN EXTERNAS Y EL VALOR DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

11:15 Caso práctico

Interacción con los medios y el rol de los Comunicadores de Prensa de la Compañía

- Seleccionar la información para publicar
- Construir buenas relaciones con los medios de comunicación
- Identificar la distribución de funciones entre la Compañía, las agencias de publicidad y/o prensa, en la comunicación con los medios

- Transmitir la imagen de la Compañía en cada comunicado

Gabriel Torres- Brown, Jefe de Comunicaciones Externas Nutrition
Pfizer Colombia

Productor Info:

Agradezco a todos aquellos que han colaborado en la investigación y la organización del evento y muy especialmente a los ponentes por su apoyo y compromiso: **Mariana Mora** Conference Producer, 312 540 3000 EXT. 6399 marianam@marcusevansch.com.

12:00

Caso práctico

El valor agregado de las Relaciones Públicas en la Comunicación

- Identificar maneras para integrar las relaciones públicas en la Comunicación Externa
- Mejorar resultados por medio de: más información, bases de datos más completas y mejores contactos externos
- Aprovechar la herencia y tradición de una marca
- Crear estrategias de relaciones públicas en cambios corporativos significativos
- Generar estrategias para mejorar constantemente la Comunicación Externa

Juan David Lee, Gerente de Comunicaciones externas
Bavaria SABMiller Colombia

12:45 Almuerzo

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA COMUNICACIÓN

1:45

Caso práctico

Correlación entre la Reputación Corporativa y la RSE

- Definir la Responsabilidad Social Empresarial como una de las estrategias para posicionar una marca
- Comprender la relación entre Responsabilidad Social e imagen
- Encontrar el balance entre el interés económico y la contribución a la sociedad
- Comunicar los programas de Responsabilidad Social de manera efectiva

Marco Llinás, Gerente de Asuntos Públicos y Comunicaciones
Coca-Cola de Colombia

2:30

Caso práctico

Perspectivas globales de la Responsabilidad Social y su alcance en América Latina

- Conocer algunos de los programas más exitoso de responsabilidad social en el mundo
- Entender la importancia de los indicadores GRI (Global Reporting Initiative)
- Analizar casos de Compañías que vulneran el medio ambiente o alguna comunidad protegida y sus acciones para contrarrestar el daño
- Informar a una sociedad de las acciones sociales que realiza la Compañía

Luisa Elorza, Gerente Asuntos Corporativos
Colombiana Kimberly Colpapel S.A

3:15 Café

COMUNICACIÓN EN CRISIS

3:45

Caso práctico

Estrategias de coordinación comunicativas para abordar situaciones de crisis

- Estar a la vanguardia en los temas de Comunicación de crisis
- Definir el rol de la Compañía en temas de orden público o crisis nacional
- Resaltar la importancia de la constante Comunicación con la prensa y los empleados de la Compañía durante momentos de crisis
- Recuperar la confianza después de la crisis
- Reaccionar positivamente para apaciguar una crisis

María Andrea Díaz, Jefe de Comunicaciones
Banco de la República de Colombia

[Para detalles de inscripción oprima aquí](#)

Oportunidades de Negocio:

Si usted quiere más información sobre el evento o sobre como hacer la reserva por favor contacte con: **Javier Marquez**, javierm@marcusevansch.com 312 540 3000 ext: 6493

LAS COMUNICACIÓN CORPORATIVA COMO SISTEMA INTEGRANTE

4:30

Presentación de Cierre

El rol de la Comunicación en la unidad del negocio

- Unificar las unidades de negocio a través de la Comunicación
- Aprovechar el alcance de la Comunicación para el crecimiento de la Compañía
- Identificar el rol de las áreas de Comunicación en la productividad de una empresa
- Conocer las mejores estrategias de Comunicación sostenible a largo plazo

Martha Lucía Constain, Gerente de Comunicaciones
Banco de Bogotá

5:15 Observaciones de clausura

5:30 Fin de la Conferencia

PATROCINADOR



FD Gravitas hace parte de FD, una firma mundial de comunicaciones que ha asesorado a compañías y organizaciones líderes en el mundo durante los últimos 20 años. En el 2010, FD fue nombrada "Agencia financiera del año" y en el 2006 la compañía fue galardonada con el premio de "Consultor Internacional del año", por la prestigiosa publicación PR Week. FD Gravitas cuenta con oficinas en Bogotá y Ciudad de Panamá. www.fd.com

APOYO DE MEDIOS NIVEL PLATINO



Portal, herramienta y comunidad especializada en Mercadeo, Publicidad y Comunicación. Desde 1.999.



GestioPolis.com. Comunidad web de Conocimiento en Gestión de Negocios cuyo contenido, más de 15.000 artículos y documentos, ha sido generado por sus usuarios, miles de profesionales independientes, ejecutivos, mandos medios, empresarios pyme, dirigentes corporativos, docentes y estudiantes de toda Hispanoamérica. Cuenta con canales especializados en Administración, Economía, Emprendimiento, Finanzas, Marketing y Recursos Humanos.

APOYO DE MEDIOS NIVEL PLATA:



PORTAFOLIO es el diario líder de economía y negocios en Colombia, tratamos los temas de actualidad económica y de negocios a nivel local, regional y global. Entregamos la mejor y más completa selección de indicadores para el seguimiento diario de la economía y los negocios: macroeconomía, viajes, inversión, mercado accionario y agrícola.

RESUMEN:

Este año se lleva a cabo la II Edición de la Conferencia de Comunicación Corporativa organizada por **marcus evans** en Colombia. En la edición previa, los delegados asistentes tuvieron la oportunidad de discutir y aprender de los temas más relevantes del momento en Latinoamérica. Este año, hay nuevos retos a asumir y la necesidad de conocer nuevas estrategias para enfrentarlos. Esta Conferencia será el espacio perfecto para conocer estos temas y maximizar el alcance de la Comunicación Corporativa de su Compañía. Líderes y expertos en Comunicación tratarán temas recurrentes y novedosos como la implementación de canales de comunicación internos efectivos para cada Compañía, el concepto de liderazgo y comunicación rural, la importancia de los indicadores de gestión, las diferentes estrategias para seguir y monitorear la información externa y la responsabilidad social como valor agregado para la Compañía, entre otros muchos temas de suma relevancia.