

## Patrocinadores del Congreso

EUROFORUM

[MdC]  
marco de comunicación

### Socios Partners



### Socios Protectores



# dircom

Tlf. 917 02 13 77

Fax. 917 02 13 78

informacion@dircom.org

www.dircom.org

dircom

# HITOS / 2011-2012 RETOS / 2013-2014

VI CONGRESO INTERNO DE DIRCOM

25 y 26 de Junio 2013

EUROFORUM INFANTES SAN LORENZO DE EL ESCORIAL



#6CongresoDircom

## Martes, 25 de junio de 2013

### 17:00 / RECEPCIÓN Y ENTREGA DE ACREDITACIONES

#### XX ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

17:30 / 1ª Convocatoria

18:00 / 2ª Convocatoria

### 21:00 / CENA Y ACTIVIDAD LÚDICA

## Miércoles, 26 de junio de 2013

### 08:00 / DESAYUNO

### 09:00 / RECEPCIÓN Y ENTREGA DE ACREDITACIONES

#### 09:30 / APERTURA Y PRESENTACIÓN DEL VI CONGRESO INTERNO (Auditorio)

- • • **Bienvenida y presentación.**  
José Manuel Velasco, presidente. Dircom
- • • **Presentación Encuesta de Satisfacción Socios y publicaciones.**  
Sebastián Cebrián, director general. Dircom
- • • **Presentación de los líderes e introducción de los Grupos de Trabajo.**  
Samuel Martín-Barbero, vocal. Dircom
- - - **Social Media: retos y desafíos de empresas y organizaciones.**
  - Joaquín Mouriz, director de Marca, Comunicación y Publicidad. Cetelem España. Grupo BNP Paribas
  - Mildred Laya, socia autónoma
- - - **El dircom y su influencia en las conductas de la organización.**
  - Almudena Cruz, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales. Sage
  - Javier López-Galiacho, director de Responsabilidad Corporativa. FCC
- - - **La empresa ante el nuevo entorno mediático y la transformación de los medios.**
  - Juan Pajares, socio autónomo
  - María Feijoo, directora de Comunicación, Marketing y Contenidos. Antevenio
- - - **Relación entre activos tangibles e intangibles en la reputación de la empresa.**
  - Raúl Ramos, jefe de Comunicación Corporativa. Mapfre
  - Luis Gallardo, Senior Strategist. Burson-Marsteller
- - - **Advocacy y Public Affairs. Un nuevo ámbito de la comunicación.**
  - Miguel López Quesada, director de Comunicación y Relaciones Institucionales. Gestamp
  - Ricardo Hernández, director de Asuntos Corporativos y Gubernamentales. Mondelez Internacional
- - - **Big Data y su funcionalidad en el trabajo del dircom.**
  - Miguel Ángel R. Oller, director de Estrategia y Comunicación de Ejecutivos. IBM
  - José Fabián Gradolph, jefe de Comunicación Corporativa. Oracle

### 10:45 / 1ª SESIÓN. GRUPOS DE TRABAJO. (Salas)

#### Social Media: retos y desafíos de empresas y organizaciones

---

#### GT1 (Caso A) Transmedia Storytelling, Crowdsourcing y Cocreación.

Diego Rivera, Strategy & Creativity Director. Best Relations

-

#### GT2 (Caso B) Comunicación en grandes eventos: experiencias de la JMJ 2011 Madrid.

Yago de la Cierva, secretario general Campus de Madrid. IESE Business School

#### El dircom y su influencia en las conductas de la organización

---

#### GT3 (Caso A) El voluntariado corporativo como fórmula para mejorar el compromiso, la comunicación y la reputación.

Diego Lejarazu, coordinador del Programa de Voluntariado Corporativo. Fundación Hazloposible

-

#### GT4 (Caso B) Sage City, una best practice de técnica de gamificación en empresas b2b.

Adrián Martínez, responsable de Comunicación Externa y Reputación Corporativa. Sage España

#### La empresa ante el nuevo entorno mediático y la transformación de los medios

---

#### GT5 (Caso A) Marketing de contenidos, blogs y web 3.0: aprendiendo de nuestros usuarios.

Doris Casares, directora de Comunicación y Relaciones Externas. Asociación Española de Medicamentos Genéricos (AESEG)

-

#### GT6 (Caso B) Comunicación internacional/local: Planes de comunicación que incluyen varios países, con objetivos de negocio, marcos legales y culturas de prensa diferentes.

Gemma Martín, directora de Comunicación y RR.II. Isofotón

#### Relación entre activos tangibles e intangibles en la reputación de la empresa

---

#### GT7 (Caso A) Modelos y medidas: de la comunicación al convencimiento a través de la puesta en valor.

Carlos Sánchez Olea, presidente. Atenea Comunicación

#### GT8 (Caso B)

-  
Procedimientos de medición que permiten conocer la salud de la que goza una marca y evaluar su impacto y relación entre sus stakeholders.  
Sara Blázquez, directora general. Burson Marsteller

#### Advocacy y Public Affairs. Un nuevo ámbito de la comunicación.

---

#### GT9 (Caso A) Morocco, More Business. Atrayendo inversión extranjera a Marruecos.

Didier Lagae, CEO - fundador. Marco de Comunicación

-

#### GT10 (Caso B) La representación de los intereses corporativos en los procesos legislativos: el caso de España.

Daniel Ureña, socio y director general. MAS Consulting

#### Big Data y su funcionalidad en el trabajo del dircom

---

#### GT11 (Caso A) El impacto del Big Data en la Comunicación.

Carlos Gutiérrez, CTO. Acceso

-

#### GT12 (Caso B) La analítica de usuarios, clientes y procesos, clave en la comunicación corporativa.

Noemí Ramírez, directora de Producto. PRISA Digital

### 12:00 / CAFÉ

### 12:30 / 2ª SESIÓN. GRUPOS DE TRABAJO. (Salas)

### 14:00 / ALMUERZO

### 15:30 / REUNIÓN POR TEMÁTICAS. ELABORACIÓN DE CONCLUSIONES. (Salas)

### 16:30 / SESIÓN PLENARIA. (Auditorio)

Exposición de conclusiones.

### 18:00 / CLAUSURA DEL CONGRESO

### 18:05 / CHECK-OUT

### 18:30 / REGRESO A MADRID

Llegada a Puerta 0 del estadio Santiago Bernabéu. Zona parking Pº de la Castellana.