

# Marca, cultura y liderazgo: cómo alinear la organización para generar valor

## Duración 2 semanas online

- **Inicio 18 al 31 enero 2027** martes y jueves a las 19h
- 2 sesiones online síncronas por semana de **90 minutos**
- Trabajo asíncrono intermedio (vídeos, ejercicios individuales y debates online)

## Contexto y enfoque del módulo

En un entorno donde muchas organizaciones invierten en comunicación, marketing o propósito sin lograr impacto real, este módulo propone un cambio de mirada:

**la marca no se construye desde fuera, se vive desde dentro.**

La cultura de marca —valores, comportamientos, decisiones y liderazgo— es el verdadero sistema operativo que determina:

- La coherencia de la marca
- La implicación de las personas
- La credibilidad frente a clientes y stakeholders
- La sostenibilidad del negocio a largo plazo

Este módulo está diseñado para directivos y profesionales que quieren entender **cómo alinear cultura, liderazgo y marca** de forma práctica, realista y accionable.

## Objetivos del módulo

Al finalizar el módulo, el participante será capaz de:

- Comprender la marca como un **sistema cultural**, no solo como identidad o comunicación.
- Identificar incoherencias entre el discurso de marca y la realidad interna de su organización.
- Entender el papel del liderazgo en la construcción (o destrucción) de la cultura de marca.
- Aplicar herramientas prácticas para empezar a alinear valores, propósito y comportamientos.
- Definir primeras acciones concretas de mejora en su propia organización.

## Metodología

- Enfoque **práctico y reflexivo**, basado en experiencia real con marcas y organizaciones.
- Combinación de:
  - Sesiones online interactivas
  - Contenido audiovisual breve
  - Ejercicios individuales
  - Dinámicas de reflexión y debate en grupo
- Casos reales y ejemplos aplicados a contextos empresariales diversos.

No se trata de un módulo teórico, sino de **conciencia + criterio + acción**.

## Estructura del módulo

**SEMANA 1 · Marca y cultura: tomar conciencia (18 al 24 enero 2027)**

**Sesión online webinar martes 19 y jueves 21 de enero a las 19h duración cada una de (90 min)**

### La cultura como verdadero motor de la marca

Contenidos:

- Qué es (y qué no es) una marca hoy.
- Marca, cultura y negocio: por qué no pueden separarse.
- Cultura declarada vs. cultura real.
- El impacto del liderazgo en la cultura de marca.
- Ejemplos reales de organizaciones con y sin coherencia cultural.

Objetivo de la sesión:

Que el participante **cambie su mirada** sobre la marca y empiece a identificar los puntos críticos de su propia organización.

### Trabajo asíncrono (días intermedios)

- Vídeo corto:
  - *Por qué muchas marcas fracasan desde dentro.*
- Ejercicio individual:
  - ¿Qué promete mi marca?
  - ¿Qué experiencia real viven las personas (empleados, clientes, partners)?
- Debate online guiado:

- ¿La cultura se diseña o simplemente sucede?
- ¿Hasta qué punto el liderazgo condiciona la marca?

## **SEMANA 2 · De la reflexión a la acción (25 al 31 enero 2027)**

**Sesión online webinar martes 26 y jueves 28 de enero a las 19h duración cada una de (90 min)**

### **Alinear valores, propósito y comportamientos**

Contenidos:

- Valores con consecuencias: cuando los valores realmente guían decisiones.
- Propósito útil vs. propósito decorativo.
- Storytelling interno como herramienta de alineación cultural.
- Identificación de palancas de cambio cultural.
- Cómo empezar a actuar sin grandes planes ni inversiones.

Objetivo de la sesión:

Traducir la reflexión en **primeras decisiones y acciones concretas**.

### **Trabajo asíncrono (días intermedios)**

- Mini diagnóstico guiado de marca y cultura.
- Ejercicio individual:
  - Identificar una incoherencia clave entre cultura y marca.
  - Proponer una acción concreta para corregirla.
- Cierre reflexivo:
  - ¿Qué cambiaría mañana en mi forma de liderar si me tomara la marca en serio?

## **Perfil del participante**

- Directivos y mandos intermedios.
- Profesionales de marketing, comunicación, RRHH o estrategia.
- Emprendedores y responsables de marca.
- Personas con capacidad de influencia en la cultura de su organización.

## **Valor diferencial del módulo**

- Integra **marca, cultura y liderazgo** en un único marco coherente.

- Basado en experiencia real con marcas y organizaciones, no solo en teoría.
- Enfoque claro hacia la **aplicación práctica**, incluso en contextos complejos.
- Aporta criterio estratégico y reflexión profunda, sin perder orientación a resultados.

**Fechas** Inicio 18 al 31 enero 2027

**Claustro** (poner enlace a LinkedIn)

Javier Lapeña

<https://www.linkedin.com/in/javier-lapena-brand-marketing/?originalSubdomain=es>

**Precio** 500€