

Rafael Bravo

Universidad de Zaragoza

Título: "La gestión de la identidad corporativa desde la perspectiva del empleado"

Breve reseña:

Este seminario analiza la respuesta del empleado a la gestión de la marca realizada por la empresa. Habitualmente, la gestión de la identidad corporativa se ha centrado en la respuesta de los clientes, y su estudio se ha realizado bien desde la perspectiva de estos mismos clientes a través de estudios de imagen de marca, o bien sobre el punto de vista de la dirección o la consultoría de empresas. En este trabajo se destaca la importancia que la gestión de la identidad puede tener en las percepciones, actitudes y comportamientos de los empleados que están en contacto directo con los clientes. Concretamente, la investigación se enfoca en un sector especialmente afectado por la crisis como es el sector bancario, y el estudio empírico se lleva a cabo mediante 293 encuestas contestadas por directores de sucursal. Los resultados muestran los aspectos de la gestión que resultan más determinantes en las actitudes del empleado, resaltando especialmente el efecto de la estrategia de orientación cliente-empleado.