



CURSO | CÓDIGO 25_230

Cómo comunicar, liderar y crear equipos (16 horas)

Del 25 de noviembre al 04 de diciembre de 2025 | Martes y jueves de 16:00 a 20:00 horas

320 € * (Bonificable 65%)

*Descuentos:

- Socios Enactio: 10%
- Socios Enactio Plus: 15%
- Estudiantes y desempleados: 10% (se requiere acreditarlo)

[**INSCRÍBETE**](#)

OBJETIVOS

Liderar con propósito, comunicar con impacto, transformar tu equipo. Conectar tu liderazgo con los valores de tu marca, crear una cultura que inspire y aprender a comunicar de forma que emocione, movilice y deje huella. Gestionar emociones, impulsar la colaboración y liderar el cambio sin perder la esencia. Porque una marca fuerte se construye desde dentro.

DESTINATARIOS

Directivos y CEOs. Porque necesitan alinear la visión estratégica con una cultura organizacional coherente y emocionalmente conectada. Les ayuda a comunicar desde el propósito y liderar con autenticidad.

Responsables de Recursos Humanos y Cultura. Porque son los guardianes del clima interno y la experiencia del empleado. Aprenderán a diseñar mensajes internos que refuercen la identidad de marca y fomenten pertenencia.

Líderes de equipos y mandos intermedios. Porque están en contacto directo con las personas y son clave en la transmisión de valores. Este curso les da herramientas para liderar desde la empatía, gestionar emociones y construir equipos sólidos.

Responsables de Comunicación Interna, departamentos de marketing y ventas. Porque necesitan que la marca se viva desde dentro hacia fuera. Aquí aprenderán a diseñar campañas internas que conecten emocionalmente con el equipo y de cara a la experiencia de cliente.

Emprendedores y fundadores de startups. Porque están construyendo cultura desde cero y necesitan hacerlo con intención. Les da una base sólida para liderar con claridad, coherencia y conexión emocional.



CURSO | CÓDIGO 25_230

Cómo comunicar, liderar y crear equipos (16 horas)

DOCENTE

Susana Fraguas

Fundadora de CREA-TuBrand, agencia de comunicación omnicanal especializada en branding estratégico. Con más de 24 años de experiencia en diseño, comunicación, marketing y branding. Ha trabajado con grandes marcas internacionales desarrollando su proyección de imagen y cohesión comunicativa externa e interna, como DEARCON, EXSE y JIJONA SA con sus marcas Turrónes El Abuelo, Delicatalia, ELIJESPAÑA entre muchas otras. Colabora con más de 10 sellos editoriales del Grupo Planeta y otros, en la creación de libros y materiales educativos traducidos en más de 50 idiomas.

Titulada en Artes Gráficas en Valencia, con una carrera profesional que comenzó en el mundo de la imprenta y evolucionó hacia el diseño editorial, el marketing y la estrategia de marca. Ha trabajado en estudios de diseño, departamentos de comunicación y editoriales, del Grupo Planeta donde estuvo vinculada 20 años, lo que le ha permitido adquirir una visión integral del proceso comunicativo. Desde 2018 lidera CREA-TuBrand, donde combina su experiencia con su vocación formadora, impartiendo cursos, mentorías y consultorías para empresas y profesionales. Además de dirigir proyectos integrales de comunicación y marketing. También lidera un proyecto Fraguando Empresas de CREA-TuBrand de apoyo al emprendedor y pequeña empresa, con asesoramiento personalizado y adaptado a su tamaño.



CURSO | CÓDIGO 25_230

Cómo comunicar, liderar y crear equipos (16 horas)

PROGRAMA

1. Pensar Mejor para Trabajar Mejor. Cómo esto impacta la cultura de marca.

- 1.1.** Cómo pensamos, sentimos y decidimos en grupo. Cómo se construye la identidad de marca desde la experiencia emocional del equipo.
- 1.2.** Principios clave: emociones, atención y memoria. Cómo diseñar mensajes de marca que se recuerden y conecten.
- 1.3.** Actividad: mapa mental de percepciones y emociones en torno a la marca. ¿Qué siente el equipo cuando piensa en la marca? ¿Qué queremos que sientan?

2. Comunicación Efectiva dentro del Equipo. Como vehículo de cultura de marca.

- 2.1.** Cómo interpretamos mensajes (verbales y no verbales). Coherencia entre lo que se dice y lo que se transmite como marca.
- 2.2.** Comunicación empática y escucha activa. Escuchar al equipo como parte del ADN de la marca.
- 2.3.** Diseño de mensajes que conectan emocionalmente. Cómo comunicar valores de marca desde lo humano.

3. Relaciones Interpersonales y Dinámicas de Equipo.

- 3.1.** El cerebro en modo colaboración vs. amenaza. Cómo crear entornos donde las personas se sientan seguras para representar la marca.
- 3.2.** Equipos que confían, comunican mejor y representan mejor. Equipos que confían, comunican mejor y representan mejor.
- 3.3.** Cómo gestionar emociones que afectan la imagen interna de la marca. Cómo gestionar emociones que afectan la imagen interna de la marca.
- 3.4.** Dinámica: Resolver conflictos sin romper la cultura de marca.

4. Cómo Piensa un Buen Líder. Liderar desde la mente y el corazón, alineado con los valores de marca.

- 4.1.** Cómo liderar desde el cerebro: motivación, influencia y toma de decisiones. Inspirar desde la marca, no solo desde el rol.
- 4.2.** Estilos de liderazgo y su impacto. ¿Qué estilo de liderazgo representa mejor nuestra marca?
- 4.3.** Líderes que contagian cultura, no solo gestionan tareas.
- 4.4.** Cómo dar feedback sin romper la conexión con la marca.



CURSO | CÓDIGO 25_230

Cómo comunicar, liderar y crear equipos (16 horas)

5. Gestión del Cambio y Adaptación. Alinear el cambio organizacional con la evolución de la marca.

5.1. Cómo respondemos al cambio y la incertidumbre. Cómo mantener la identidad de marca en tiempos de cambio.

5.2. Estrategias para reducir resistencia y fomentar adaptación. Comunicar el cambio como parte del propósito de marca.

5.3. Mentes Flexibles, Organizaciones Flexibles. Equipos que evolucionan sin perder su esencia.

5.4. Caso práctico: rediseño de una estrategia de cambio. Cómo comunicar un cambio desde la marca.

6. Recursos para un Liderazgo Claro y Conectado. Dotar al líder de herramientas para comunicar con claridad y coherencia.

6.1. Técnicas de autorregulación emocional. Líderes que se regulan, comunican mejor y representan mejor la marca.

6.2. Diseño de campañas de comunicación interna. Campañas que refuercen el sentido de pertenencia a la marca.

6.3. Práctica: diseña una campaña interna que conecte con la mente y las emociones.

7. Evaluar cómo la comunicación y el liderazgo fortalecen la cultura de marca.

7.1. Indicadores aplicables. ¿Cómo se siente el equipo con respecto a la marca?

7.2. Herramientas de evaluación cualitativa y cuantitativa. Encuestas, entrevistas, focus groups.

7.3. ¿El clima refleja los valores de la marca?

7.4. Taller: diseño de una encuesta. Medir conexión emocional con la marca desde dentro.