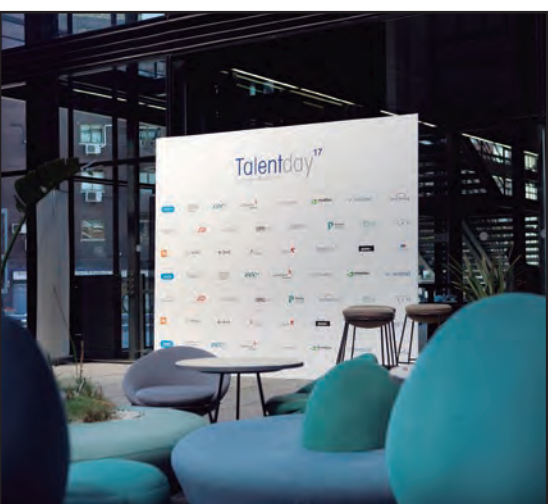


# TalentDay'17 reúne a 750 directivos en la cita anual de referencia de los RRHH



AUDITORIO 400







# #TalentDay17, Trending Topic nacional



*Más 750 directivos del ámbito de los Recursos Humanos se dieron cita en la segunda edición del TalentDay 17, que Equipos&Talento organizó el pasado 25 de mayo en el Museo Reina Sofía de Madrid. La jornada contó con 55 ponentes de renombre nacional e internacional –distribuidos en diez mesas redondas, dos speeches y dos 7 minutos talk–, que invitaron a reflexionar sobre las últimas tendencias y los retos más importantes a los que se enfrentan hoy en día los líderes de RRHH. El hashtag oficial, #TalentDay17, inundó Twitter hasta convertirse en uno de los asuntos más comentados del día en esta red social. Unas cifras que avalan la consolidación de TalentDay como el evento de referencia en España en el ámbito de los Recursos Humanos.*

La jornada contó con el patrocinio de **Adeslas, Bankinter Consumer Finance, EEC, Gas Natural Fenosa, Moebius Consulting, PeopleMatters, Randstad, Workday, ADP, Groupe Armonia, OMD, Preven Control, PSYA, SIT, Up Spain, Grupo Atisa, Iman Global Consulting, Humaniza, Persona, Speexx y Talentoo.** Un éxito de asistentes, participantes y sponsors que consolidan TalentDay como una cita de referencia en el sector de los Recursos Humanos. Además de al numeroso público asistente, el evento logró conquistar la audiencia online. El hashtag oficial #TalentDay17 permitió seguir minuto a minuto todo lo que acontecía, llegando a convertirse en Trending Topic (TT) de Twitter en España, y también en Madrid, ciudad que acogía el evento. Así, fue una de las tendencias más populares de Twitter en España durante la mañana y situándose por delante de otros eventos gran impacto mediático como la Europa League, la serie "El Ministerio del Tiempo" o la gala de "El Intermedio" de ese mismo día.

"Si el año pasado vuestra acogida fue espectacular, este año os habéis superado", destacó **Mónica Gálvez**, directora Editorial de **Equipos&Talento** al público que llenaba los auditorios 400 y 200. Un lo-

gro que pone de manifiesto la buena salud del sector y la **pasión que despierta la gestión de personas** entre la comunidad de profesionales y twitteros.

En concreto, el hashtag #TalentDay17 ocupó el puesto 78 del cómputo global de Trending Topics nacionales (402TTs) ese día, convirtiéndose en la única tendencia con temática no televisiva en España. Solo durante ese jueves, el hashtag oficial tuvo un **alcance total de 2 millones de visualizaciones, impactando a cerca de 203.000 usuarios de la famosa red social.** Además, se realizaron un total de **303 tweets** con el hashtag #TalentDay17 a cargo de 125 usuarios distintos, que procedían mayoritariamente de España (un 91% de los tweets), pero también de otros países como Estados Unidos (6%) o Inglaterra (2%) y Francia (1%), entre muchos otros.

El éxito en redes es fruto de la firme apuesta de Equipos&Talento por hacer de Talent Day una jornada abierta a todos y convertir a los twitteros en unos participantes más de la jornada. Para ello, durante el Talent Day 17, los twitteros pudieron formular preguntas directamente a los ponentes y seguir los insights y tendencias de mayor actualidad en el ámbito de los recursos humanos.







TRYP

BY WYNDHAM

## MADRID CHAMARTÍN

### OWN THE CITY

Excelente comunicación con todos los puntos turísticos y financieros.

Con una ubicación privilegiada junto al Paseo de la Castellana, el Estadio Santiago Bernabéu y zonas comerciales y de negocio, se encuentra el Hotel TRYP Madrid Chamartín. Además, el Hotel cuenta con excelentes comunicaciones desde la Estación de Chamartín con todos los puntos financieros y turísticos de la ciudad de Madrid como la Plaza de España, la Puerta del Sol, el Recinto ferial de IFEMA y el Aeropuerto de Barajas de Madrid.

Entre sus magníficas instalaciones destaca una piscina exterior, una piscina infantil, 8 salas totalmente equipadas con las últimas tecnologías y con una capacidad para acoger hasta 160 personas, así como un acuerdo para nuestros clientes con un completo gimnasio en los bajos del Hotel.

El Hotel TRYP Madrid Chamartín es famoso por su espléndido desayuno buffet internacional. Podrás encontrar una variada y completa oferta de productos gastronómicos de alta calidad.

Info & Res  
902 144 444 Individual  
901 244 444 Grupos

[melia.com](http://melia.com)



# Talent & Leadership

peoplematters

Impulsando el talento desde la alta dirección



## PONENTES



**Jorge Lanza**  
Consejero Delegado de  
**CLH**

“Los profesionales clave buscan un proyecto donde desarrollarse”



**Jaime de Jaraíz**  
CEO de  
**LG**

“El director de RRHH debe ser parte de la dirección estratégica de la empresa”



**Carina Cabezas**  
Presidenta de  
**SODEXO**

“Necesitamos talento, pero también buena gente”



**Juan Arrizabalaga**  
Presidente de  
**ALTADIS**

“RRHH debe facilitar el desarrollo de los equipos”

Con un auditorio lleno hasta la bandera, la Sala 400 del Reina Sofía arrancaba la mañana buscando la percepción que los máximos responsables de las compañías tienen sobre la gestión de personas. En la mesa redonda titulada “*Talent & Leadership: Impulsando el talento desde la Alta Dirección*”, moderada por **Alfonso Jiménez, socio director de PeopleMatters**, los participantes coincidieron en afirmar que las personas son las que marcan y marcarán la diferencia en las organizaciones y, por ello, es fundamental el papel de la función de RRHH. En este sentido, el **consejero delegado de CLH, Jorge Lanza**, aseguró que “es fácil copiar un producto o un proceso, pero tener una plantilla motivada es muy difícil de replicar. La gente que marca la diferencia busca cada vez más un proyecto, un jefe y una compañía donde se pueda desarrollar. Todo esto es la gestión del talento”. Por ello, **Jaime de Jaraíz, CEO de LG**, comentó que el director de RRHH es una pieza clave para provocar cambios en la organización. “Para mí, el director de RRHH es el número dos de la Compañía. No hay que tratarle como un director de RRHH sino como parte de la dirección estratégica de la compañía”.

En su intervención, **Carina Cabezas, presidenta de Sodexo**, afirmó que “necesitamos personas con mucho talento y con habilidades, pero también necesitamos buena gente. Y, por supuesto, el director de RRHH y su equipo tienen una responsabilidad vital en este ámbito”. Por este motivo, **Juan Arrizabalaga, presidente de Altadis**, opi-

nó que “RRHH tienen que ser los facilitadores para generar esa mentalidad de crecimiento y dar más capacidades a los equipos. Tienen que cambiar su mentalidad y dejar de ser unos *doers*, gente que hace, para ser facilitadores. Esta involucración de los equipos de RRHH en el negocio es absolutamente clave”.



“Las personas y su talento son cruciales para el resultado del negocio y lo serán todavía más de cara a futuro y para su gestión exitosa hay que contar con el apoyo de la alta dirección”.

**Alfonso Jiménez,**  
socio director de  
**PeopleMatters**





## PONENTES



**Carmen Fernández**  
directora de Cultura y Talento de  
**GAS NATURAL FENOSA**

“La employee experience está en nuestro plan director”



**José Carrón**  
responsable de Bienestar de  
**LIBERTY SEGUROS**

“Aprovechamos la opinión de todos los empleados”



**Itxaso Larrañaga**  
directora de RR HH de  
**SEUR**

“Hemos pasado de un plan de formación a un modelo de aprendizaje”



**Marta Sempere**  
directora corporativa de RR HH Iberia de  
**COCA COLA EUROPEAN PARTNERS**

“El empleado es el mejor embajador de nuestra marca”



**Tomás Lahoz**  
director de Selección, Desarrollo y Comunicación Interna de  
**NH HOTELS**

“Más que empleados, queremos followers, queremos fans”

En TalentDay también estuvo presente el debate centrado en la *Employee Experience* en una mesa moderada por **Javier Ron, director comercial de Bankinter Consumer Finance**. Y es que trabajar en la experiencia de los profesionales en la organización permite acercarse a dos objetivos a cumplir para fidelizarlos. Por un lado, reforzar su compromiso con la empresa y, por otro, convertir al trabajador en un embajador de marca. Es por ello que **Carmen Fernández, directora de Cultura y Talento de Gas Natural Fenosa**, explicó que: “A finales del 2015, al plantearnos los objetivos estratégicos, incorporamos una palanca clara de *employee experience* en nuestro plan director a 2020”. En este sentido, la **directora de RRHH de SEUR, Itxaso Larrañaga**, comentó que en su organización el empleado es ya protagonista. “Ahora el empleado forma parte de la comunicación. Y hemos pasado de un plan de formación a un modelo de aprendizaje en el que el empleado, junto a su manager, elabora su proceso de aprendizaje”. Para que la *employee experience* sea una realidad, **José Carrón, responsable de Bienestar de Liberty Seguros**, se mostró partidario de involucrar al empleado. “En Liberty preguntamos a las personas, hacemos *workshops*, y aprovechamos la experiencia de marketing y *analytics* para explotar esa infor-

mación. A partir de ahí, vemos qué es lo que les preocupa, proponemos acciones y volvemos a medir”. Y la **directora corporativa de RRHH Iberia de Coca-Cola, Marta Sempere**, aseguró que: “Los empleados son los mejores embajadores de la marca y, por ello, tenemos que cuidar cómo nos presentamos ante los candidatos, cuidarles cuando están

dentro de la organización y cuando salen”. De la misma manera opinó **Tomás Lahoz, director de Selección, Desarrollo y Comunicación Interna de NH Hotels**, al comentar que: “Más que empleados, queremos *followers*, queremos fans. Personas que no tengan que venir a trabajar, sino que quieran venir a trabajar y sientan la empresa”.



“Desde Bankinter Consumer Finance queremos acompañar a lo más importante que tenemos en las organizaciones, las personas, en ciertos momentos de su vida profesional y ayudarles a desarrollar ciertos proyectos mejorando su *employee experience*”.

**Javier Ron**  
director Comercial de  
**BANKINTER CONSUMER FINANCE**





## PONENTES



**Rebeca Navarro**  
head of Talent,  
Diversity & Learning  
Capabilities de  
**VODAFONE**

“Hemos debido adaptarnos a una avalancha de herramientas”



**Eugenio Soria**  
director de RR HH de  
**SIEMENS**

“La tecnología y el mindset tienen que trabajar juntos”



**Joaquim Campa**  
RH director de  
**SOCIAL POINT**

“El poder de la digitalización no está solo liderado por jóvenes”



**Sarah Harmon**  
head of Talent  
Solutions de  
**LINKEDIN ESPAÑA Y PORTUGAL**

“Hay que diferenciar la tecnología del cambio en la cultura”



**Andrés Ortega**  
head of Talent & Learning Spain y Portugal de  
**ING**

“Las personas curiosas sientan las bases de una cultura pro innovación”

La transformación tecnológica que están viviendo todas las empresas y la consecuente búsqueda de talento con habilidades y competencias digitales fueron dos temas que centraron el debate *“Digital skills & digital attitudes”*. La transformación digital es mucho más que la adquisición de habilidades digitales. En su intervención **Sarah Harmon, head of Talent Solutions de LinkedIn en España y Portugal**, quiso diferenciar la tecnología “como herramientas que nos hacen ser más ágiles” del “cambio de cultura y de propósito” de las compañías que se están transformando. En este punto discrepó la **head of Talent, Diversity & Learning Capabilities de Vodafone, Rebeca Navarro**: “Nos ha llegado una avalancha de herramientas que han impactado en la forma de trabajar y, aunque conviven con las formas convencionales, nos hemos debido adaptar a este cambio”.

En esta mesa, moderada por el **socio director de Moebius Consulting, Daniel Cordón**, también se abordó el talento digital. Así, **Andrés Ortega, head of Talent & Learning en España y Portugal de ING**, aseguró que en materia de competencias digitales hay que ir a *Talent Acquisition*. “En ING tratamos de incorporar a personas con curiosidad y ello sienta las bases de una cultura pro innovación”, aseguró. No

obstante, el **director de RRHH de Siemens, Eugenio Soria**, puso el acento en la parte más humana de la tecnología al contar que “un joven de 23 años ha decidido no trabajar en una gran multinacional porque no le gustaron los comentarios en Glassdoor. Es un ejemplo de cómo la tecnología y el *mindset* tienen

que trabajar juntos”. También el **director de RRHH de Social Point, Joaquim Campa**, habló de la necesidad de humanizar la digitalización al afirmar que “hay gente muy valiosa de 50 o 60 años que tiene cosas que enseñar a este poder de digitalización que parece que solo vaya a ser liderado por los jóvenes”.



*“Hay que dotar a las organizaciones de Digital Skills and attitudes para adaptarse a mercados agísimos por la irrupción de la tecnología y los nuevos tipos de consumidores. Para ello hay que desarrollar nuevas competencias y, sobre todo, realizar un profundo cambio cultural!”*

**Daniel Cordón**,  
socio director de  
**MOEBIUS CONSULTING**



# Luis Galindo

Motivación en estado puro



El *Talk* de la Sala 400 del Museo Reina Sofía corrió a cargo del **experto internacional en motivación, Luis Galindo**. El conferenciante lamentó en su intervención que: “Hemos creado una sociedad escéptica” en la que la gente ve el trabajo como un mal necesario para pagar la hipoteca a final de mes y “en la que cuanto menos se trabaje y cuanta menos responsabilidad se tenga mejor”. Ante esta realidad, Galindo demandó a los numerosos asistentes de TalentDay 2017 que hay que “captar a gente con ilusión” y “brillo en los ojos”.

Según explicó Luis Galindo, “la única forma de prepararnos para un futuro incierto es teniendo directivos que tengan un alma fuerte y una visión inspiradora capaz de visualizar un futuro ilusorante”. En este sentido, lamentó que, en la actualidad, “nos falta pasión en nuestro trabajo y dosis de ilusión en nuestras empresas. Somos más gestores que líderes. Al final, nos pueden los procedimientos, los procesos y las normas, y se nos olvida que el ser humano se mueve por el corazón”.

## Estilos de liderazgo

Ante la constatación de la existencia de una relación directa entre los resultados de una empresa y el estilo de liderazgo que tienen sus managers, el experto en motivación abordó la importancia del *engagement* en las organizaciones y lo definió como “una forma voluntaria de poner toda mi energía, toda mi ilusión, todo mi coraje, toda mi pasión en todo lo que hago y contagiarlo a mi entorno”.

Galindo también abordó el peligro de las organizaciones ante la escasez de talento que se vislumbra y puso como ejemplo que “en el 2030, Alemania va a tener ocho millones de puestos de trabajo sin cubrir porque no hay gente preparada. El talento va a elegir. Quiere sitios donde se le exija mucho, pero donde su empleabilidad no baje, donde se desarrolle profesionalmente y, a la vez, tenga la máxima cercanía. Esto es lo que está fallando”.





# Debate: New talent...new values?



## DIRECTIVOS



**Marta Cotrina**  
responsable de Selección de  
**ENDESA**

“Las empresas deben dar cabida a todos y promover la diversidad”



**Silvia Lázaro**  
directora de Comunicación Interna,  
Compromiso y Diversidad de  
**FERROVIAL**

“Hay que adaptar la propuesta de valor a cada individuo”



**Ramón del Caz**  
director de RRHH de  
**WIZINK**

“Las empresas deben promover la felicidad de sus empleados”



**Mónica Osborne**  
directora de Adquisición de Talento de  
**L'ORÉAL ESPAÑA**

“Buscamos el feedback y la transparencia, queremos escuchar”

## ESTUDIANTES



**Montse Cervera**  
estudiante de Ingeniería  
Electrónica

“Misión y valores deben estar alineados”



**Alberto de Unzurrunzaga**  
estudiante de Doble Grado  
en Derecho y ADE

“Valoramos mucho la formación continua”



**Emilio Frojan**  
Business Development &  
Project Manager en Impact Hub

“Queremos compañías que quieran cambiar el mundo”



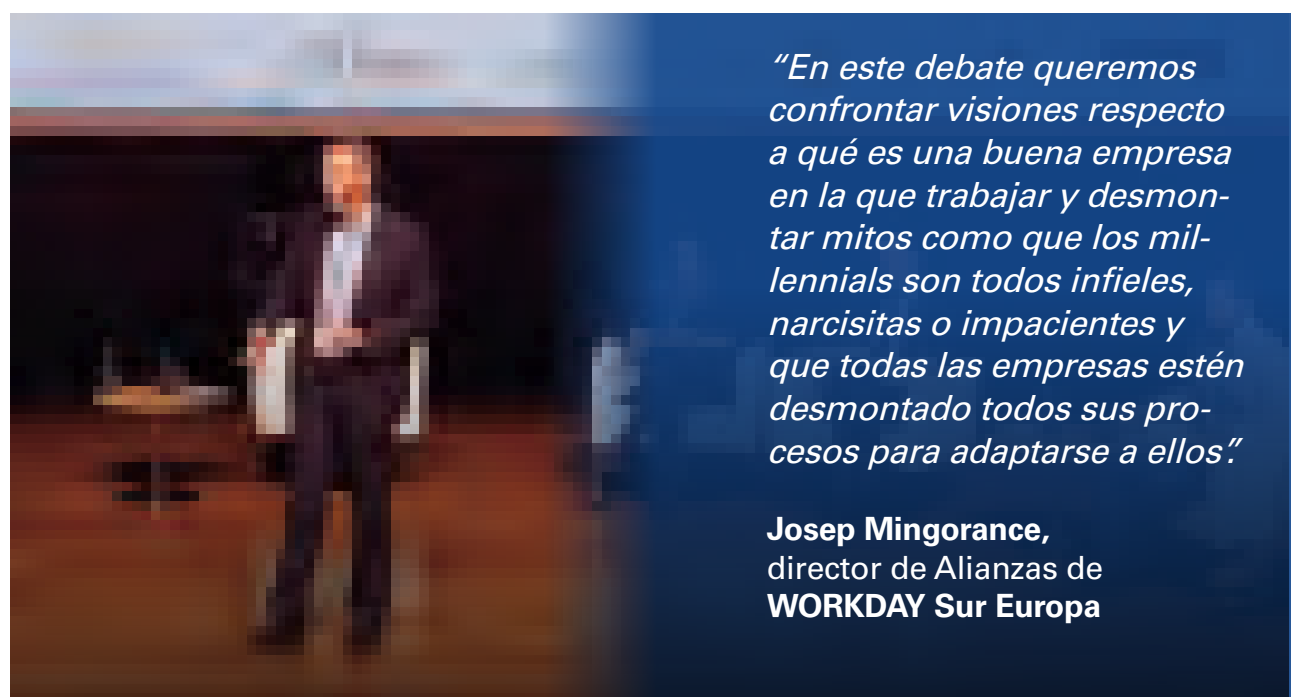
**Ana Simoneta**  
graduada en Derecho y  
presidenta de AIESEC

“Tenemos en cuenta cómo nos hace sentir la empresa”

La generación *millennial* y sus prioridades en materia laboral estuvieron muy presentes durante toda la jornada. No obstante, en la mesa redonda “New Talent... new values?”, moderada por **Josep Mingorance**, director de Alianzas de Workday para el Sur Europa, diferentes responsables de personas debatieron con jóvenes acerca de la gestión de personas. En este debate surgieron aspectos como la necesidad de segmentar e individualizar la oferta de valor que las empresas realizan a sus profesionales, lo que contribuye a mejorar el compromiso y promover la felicidad en el trabajo, y también se habló de la generación millennial, cuyo desembarco en el mercado laboral ha supuesto un revulsivo en las organizaciones debido a que sus aspiraciones son muy diferentes a las de generaciones anteriores. En el otro lado del debate, cuatro jóvenes *millennials* ofrecieron su visión y aprovecharon para desmentir algún que otro mito. Tras comentar algunas de sus motivaciones y palancas para el engagement, como la formación continua y la cercanía, también aludieron a as-

pectos como la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa como puntos atrayentes de una

organización y su interés por empresas que están intentando cambiar el mundo.



“En este debate queremos confrontar visiones respecto a qué es una buena empresa en la que trabajar y desmontar mitos como que los *millennials* son todos infieles, narcisitas o impacientes y que todas las empresas estén desmontado todos sus procesos para adaptarse a ellos.”

**Josep Mingorance**,  
director de Alianzas de  
**WORKDAY Sur Europa**



# Emociones que mueven a la acción



## PONENTES



**Susana Gutiérrez**  
Talent Acquisition  
manager de  
**BBVA**

“Las personas van a ser muy importantes como generadoras de ideas”



**Lourdes Fernández de la Riva**  
directora de RR HH de  
**GRUPO CORREOS**

“Los auténticos líderes gestionan bien las emociones de su equipo”



**Rafael González-Palenzuela**  
director de RR HH de  
**MUTUA MADRILEÑA**

“Es importante escuchar y tener en cuenta las emociones”



**Ignacio Unceta**  
director de RR HH para Madrid y oficinas internacionales de  
**SENER**

“El bienestar emocional es lo que te lleva a dar más de ti mismo”

TalentDay 2017 también tuvo un espacio para hablar de las emociones. En el debate “Emociones que mueven a la acción”, moderado por **Silvia Guarnieri**, socia fundadora y directora académica de EEC, se debatió sobre el peso que está cobrando cada vez más la inteligencia emocional y cómo gestionan, desde sus respectivas empresas, esta cuestión a nivel interno y en materia de reclutamiento. Abrió el debate el **director de RRHH para Madrid y oficinas internacionales de Sener, Ignacio Unceta**, hablando sobre las diferencias entre un líder emocional y no emocional. Según Unceta, “con un líder no emocional la motivación cae porque no hay una conexión. Cuando un líder emocional sabe llevar al equipo, en qué momento se encuentra cada persona y sabe sacar lo mejor de cada una de ellas, se crea un bienestar emocional que se expande al resto del equipo. Ese bienestar personal es lo que te lleva a dar más de ti”. Mientras que, para la **directora de RRHH de Grupo Correos, Lourdes Fernández de la Riva**, los auténticos líderes son aquellos que “gestionan muy bien las emociones de las personas que tienen a su cargo y lo hacen involucrándoles, haciéndoles entender lo importante que es su trabajo para el desarrollo de la compañía y haciéndoles sentir enormemente orgullosos de la empresa en la que trabajan”. En este punto, el **director de RRHH de Mu-**

**tua Madrileña, Rafael González-Palenzuela**, aseguró que le parece fundamental compartir las emociones. “En mi rol como responsable de RRHH sigo los mismos hábitos que en mi vida diaria. Creo que hay que escuchar y es una oportunidad para todos tener en cuenta las emociones de las personas”, aseguró. Por su parte, **Susana Gutiérrez, Talent Acquisition**

**manager de BBVA**, auguró que la gestión emocional de las plantillas va a ser cada vez más importante en el futuro. “La parte operativa va a estar cada vez más automatizada y las personas van a ser muy importantes en cuanto a generadoras de ideas”. Por ello, “las personas que no sean líderes emocionales no nos van a servir para gestionar equipos”, advirtió.



“Una de las definiciones de líder que más me gustan es la que los representa como personas que saben generar el contexto emocional para que las cosas sucedan. Se refiere a un líder que está atento a las emociones y que sabe que cuando emociones y acción están alineadas, el resultado es muy positivo.”

**Silvia Guarnieri**  
socia fundadora y directora académica de **EEC**



# Future trends: HR 2020

La gestión de personas a partir de 2020



## PONENTES



**Carlos Anta**  
director de Talento y  
Compensación de  
**ACCIONA**

“Debe haber una  
relación muy fluida entre  
manager y colaborador”



**Pedro Méndez,**  
director de Personas y  
Valores de  
**BBVA ESPAÑA**

“Las nuevas profesiones  
traerán una forma distinta  
de capacitarse”



**Valentín Bote**  
director de  
**RANDSTAD  
RESEARCH**

“Cada vez será más  
necesarias las competencias  
transversales”



La sala 400 del Museo Reina Sofía cerró la jornada del TalentDay 17 con un debate centrado en la identificación de las tendencias que marcarán la gestión de personas a partir del 2020. Bajo la moderación de la **periodista de La Sexta Noticias, Ana Cuesta**, los participantes en el debate “Future Trends” auguraron una nueva guerra por el talento en la que las competencias digitales, los perfiles STEM y el trabajo colaborativo y flexible van a convertirse en aspectos clave en un futuro muy cercano.

En este sentido, el **director de Talento y Compensación de Acciona, Carlos Anta**, afirmó que la estrategia de la gestión de personas pasa por un “trabajo más colaborativo y flexible, y por una relación muy fluida entre manager y colaborador”. En la misma línea, el **director de Personas y Valores de BBVA España, Pedro Méndez**, aseguró que “las nuevas profesiones que van a existir en los próximos años van a traer nuevos perfiles, nuevos conocimientos y una forma de capacitarse distinta. En este punto Pedro Méndez destacó “la oportunidad que tenemos de acompañar a los empleados en la transformación digital”.

Y finalmente, el **director de Randstad Research, Valentín Bote**, puso énfasis en el gap que va a

existir en el mercado laboral entre oferta y demanda y auguró que “vamos a un modelo de trabajador más parecido al hombre orquesta donde, además de unos conocimientos técnicos, cada vez serán más necesarias unas competencias transversales. De ahí la importancia del aprendizaje continuo”, aseguró. Para él, los de-

partamentos de Recursos Humanos deben hacer cada vez más hincapié en este aspecto, ya que “ya no es tan importante lo que un profesional sabe en un momento dado, sino lo que va aprendiendo en la organización, su capacidad de aprendizaje y adaptación”, destacó este responsable de Randstad.



*“RRHH debe dar cada vez más importancia al aprendizaje continuo; ya no es tan importante lo que sabes hacer en un momento dado como lo que vas a poder aprender en tu puesto de trabajo.”*

**Valentín Bote,**  
director de  
**RANDSTAD RESEARCH**



# Talent attraction & engagement

Empleados embajadores, clave del *Employer Branding*



## PONENTES



**Susana Sagi-Vela**  
directora de Talento de  
**BANKINTER**

“El voluntariado ayuda a sentirse orgulloso de una compañía”



**Amalia Santallusia**  
directora de RR HH de  
**LIDL**

“Los empleados deben ser siempre embajadores de la marca”



**Manuel Zaera**  
director de RR HH de  
**NATIONALE NEDERLANDEN**

“Debemos ser conscientes de las necesidades individuales”



**Arancha Torres**  
vicepresidenta y directora de RR HH de  
**CAP GEMINI**

“La experiencia de empleado es clave para la marca empleadora”



**Mónica Torres**  
directora de Cultura, Compromiso y Experiencia de Empleado de  
**BANCO SANTANDER**

“El employer branding debe estar en la estrategia de la empresa”

La Sala 200 del Museo Reina Sofía de Madrid acogió a primera hora el debate sobre *“Talent Attraction & Engagement”*, moderado por el **director de Comunicación y Marketing de UP Spain, Mariano Zúñiga**. Todos los ponentes coincidieron en la necesidad de trabajar conjuntamente las estrategias de atracción y fidelización del talento porque, tal y como apuntó la **vicepresidenta y directora de RRHH de Capgemini, Arancha Torres**, la experiencia del empleado, “desde que empieza a buscar algo hasta que se va de la compañía”, es clave a la hora de crear una marca empleadora. Para **Amalia Santallusia, directora de RRHH de Lidl**, las vivencias de los trabajadores también son una pieza clave por lo que cualquier estrategia de *Employer Branding* debe centrarse en que: “Los empleados sean embajadores de nuestra marca en todo momento”. El **director de RRHH de Nationale-Nederlanden, Manuel Zaera**, puso de manifiesto que si lo que buscamos es potenciar el compromiso de los trabajadores, “hay que ser conscientes de la existencia de esas palancas de motivación y ofrecerlas y que la gente se agarre a lo que considere más motivante”. Por su parte, las políticas de retención del talento de Bankinter, según su **directora de Talento, Susana Sagi-Vela**, están muy enfocadas a potenciar “las posi-

bilidades de carrera real”, y no se olvidan del “liderazgo de las personas”, ni de los valores éticos y destacó la importancia del voluntariado corporativo como palanca para atraer y retener el talento. La **directora de Cultura, Compromiso y Experiencia del Empleado de Banco Santander, Mónica Torres**, también habló de la

necesidad de “escuchar a los empleados para fomentar su compromiso”, pero quiso ir un paso más allá y destacó: “La alta dirección tiene que estar completamente alineada y tiene que ser el primer impulsor de que exista un *Employer Branding* como parte de la estrategia de la empresa”, añadió.



“El employer branding es uno de los temas que ha centrado los debates empresariales en los últimos años y la acción que muchas empresas emprenden para atraer a los mejores, pero, también, fidelizarles y reforzar su compromiso con la compañía.”

**Mariano Zúñiga**  
director de Comunicación y Marketing de **UP SPAIN**



# 7'Talks:

Nuevas tendencias y metodologías de trabajo



## GAMIFICACIÓN

**Pol Durán**  
responsable de Desarrollo  
y Talento de  
**CAIXABANK CONSUMER  
FINANCE**

“El juego debe tener un  
objetivo relacionado con el  
negocio”



## REVERSE MENTORING

**Griselda Serra**  
directora de Recursos  
Humanos de  
**HENKEL**

“Los baby boomers se han  
actualizado de la mano de los  
jóvenes talentos”



## DESIGN THINKING

**Manuel Vilarroig**  
head of Global Design  
Office de  
**BANCO SABADELL**

“El objetivo es generar  
experiencias de valor a las  
personas”



## SMART WORKING

**Carlos de la Torre**  
Of counsel de  
**BAKER & MCKENZIE**

“El empleado pide nuevos  
formatos y formas de  
trabajar”

Implantar nuevas metodologías de trabajo en la organización también puede ayudar a las empresas a mejorar su posicionamiento en el mercado laboral, aunque lo más interesante de estas innovadoras formas de trabajar es que consiguen unos mayores niveles de motivación y compromiso por parte de los empleados. TalentDay quiso hacerse eco de los últimos avances en este campo en un “7 minutes talk” titulado “Nuevas tendencias y metodologías de trabajo” –moderado por **Inés Tabuena, vicepresidenta ejecutiva de SIT Grupo Empresarial**– que resultó especialmente atractivo para los asistentes.

El primero en tomar la palabra fue el **responsable de Desarrollo y Talento de CaixaBank, Pol Durán**, quien dejó bien claro que “la gamificación no es sólo para los *millennials*”. Durán aseguró que: “Ha cambiado el paradigma y ahora jugamos todos. Estadísticamente hay más mujeres mayores de 40 años jugando con videojuegos que niños menores de 18”, explicó ante las caras de sorpresa y asombro de los allí presentes. Después, pasó a relatar ejemplos prácticos que demuestran que la gamificación puede aplicarse en distintos escenarios profesionales, siempre dejando claro que el *gaming* tiene que cumplir un objetivo: “no jugamos para jugar ni para pasarlo bien y ya está”.

También sorprendió al público la intervención de **Manuel Vilarroig, head of Global Design Office de Banco Sabadell**. El ponente se encargó de trasladar las aplicaciones del *design thinking*, una metodología que busca innovar, a través de la observación de comportamientos, la gestión de personas. “El objetivo del diseño realmente es generar experiencias de valor para las personas”. Para implantar esta metodología, Vilarroig explicó que en Banco Sabadell

han dividido el proceso en cuatro fases. “Es lo que nosotros llamamos las cuatro D: *Discovery*, conocer el entorno del usuario; *Define*, vemos cuáles son las opciones extraídas durante la observación y en las que queremos apostar; *Design*, elaboramos ese prototipo y lo probamos; y *Delivery*, el desarrollo, cuando esa solución ve la luz y el cliente es capaz de vivir esa experiencia tangible en su día a día”.

Posteriormente **Carlos de la Torre, Of counsel de Baker & McKenzie**, habló del teletrabajo, el *smart working* y los trabajos colaborativos, cuya aparición asoció a dos tendencias distintas de la sociedad laboral. Por un lado, “la tendencia de la experiencia del empleado: el empleado nos está pidiendo nue-

vos formatos y nuevas formas para trabajar”. Y, por otro, con “la individualización incluso de la prestación laboral: lo que vale para un empleado no puede valer para otro”. Por su parte, **la directora de RRHH de Henkel, Griselda Serra**, contó en apenas siete minutos cómo consiguieron despertar el interés de los *baby boomers* por la tecnología en Henkel. “Nos encontrábamos con que las nuevas incorporaciones estaban muy metidas, pero no la alta dirección, que es usuaria de primer nivel de las políticas de RRHH”, comentó. La solución fue el *reverse mentoring* con intercambios entre directivos y jóvenes talentos. “Sólo se necesita un sénior y un júnior para poner algo así en marcha”, comentó.



“SIT es la mano invisible que consigue el servicio integral para eficiencia de movilidad, realizamos una labor de inteligencia cultural que tiene como objetivo ayudar desde el principio a fin a la familia que se desplaza, tanto en origen como en destino.”

**Inés Tabuena,**  
vicepresidenta ejecutiva en  
**SIT Grupo Empresarial**



# Wellbeing

El bienestar en el trabajo como fórmula de productividad y compromiso



## PONENTES



**David Aguado**  
Associate Professor &  
HR Analytics de  
**CAMTO**

“Una organización saludable revierte en su imagen externa”



**Yolanda García**  
directora de RR HH de  
**ABBVIE**

“Hemos cambiado el concepto de prevención por el de promoción de la salud”



**Alicia Sánchez**  
directora de RR HH de  
**ALTRAN**

“El bienestar debe estar en el centro del employer branding”



**Luis Alonso**  
director de RR HH de  
**AMERICAN EXPRESS**

“Hay que cuidar al empleado con el mismo empeño que al cliente”

“¿Qué entendemos por Wellbeing corporativo?” fue la primera pregunta que lanzó **director general de PSYA, Christopher Launay**, como moderador de la mesa sobre bienestar corporativo. Todos los ponentes coincidieron en vincular esta propuesta con la salud, pero no sólo desde un punto de vista físico, sino también mental y relacional, entendiendo este último concepto como la prevención de la hostilidad en el entorno de trabajo. “Hacer que los empleados se sientan sanos” es precisamente el objetivo del programa “Vitality” de **Abbvie** con el que, según su **directora de RRHH, Yolanda García**, han conseguido “cambiar el concepto de prevención por el de promoción de la salud”. American Express, por su parte, cuenta con “Healthy Living”, una iniciativa que les ha reportado grandes beneficios en los últimos cinco años. “Hemos visto cambios muy positivos en la compañía. Uno de ellos, por ejemplo, nuestras encuestas de *engagement*, que han subido tremendamente”, y “nuestro nivel de absentismo ahora está muy por debajo del 1%”, comentaba **Luis Alonso, director de RRHH de American Express**, quien insistió varias veces en la necesidad de “cuidar a los empleados con el mismo empeño que cuidamos a los clientes”. **David Aguado, Associate Professor & HR Analytics de CAMTO**, le dio la razón y, de hecho, fue

un paso más allá al afirmar que “ser saludable en la organización es una tendencia que tiene que ver con los datos y con las métricas”. Y, aseguró que en cinco años los candidatos consultarán esas estadísticas sobre bienestar antes de elegir una compañía. Por eso y porque, según **la directora de RRHH de Altran,**

**Alicia Sánchez**, “la rentabilidad de las empresas se va a medir por sus índices de bienestar”, esta aseguró que el *wellbeing* debe formar parte de todas las empresas. “No podremos hacer todo el proceso de *Employer Branding* interno o externo si no tenemos en el centro el concepto de bienestar”, concluyó.



“El wellbeing es una tendencia que va más allá de la salud laboral para extenderse al bienestar general de los profesionales y permite a RRHH contribuir a su fidelización con todas las facetas que les hagan sentirse bien en el trabajo.”

**Christopher Launay**,  
director general de  
**PSYA**



# Transformación cultural

A través de la implantación integral de procesos de RRHH



## PONENTES



**Berta Domínguez**  
People Development  
General Manager de  
**TOYOTA**

“El desarrollo es uno de los factores clave del compromiso”



**Pablo Rodríguez**  
director de RR HH de  
**PRODIEL**

“Para ser competitivos hay que poner a los empleados en el centro”



**Carlos Hernández**  
director de Estrategia y Política de Personas de  
**BANKIA**

“El customer journey debe estar adaptado al empleado”



**Mario Burrull**  
director de RR HH de  
**GENERAL ELECTRIC HEALTHCARE**

“RRHH debe apostar por la agilidad y la flexibilidad”

Tras el *coffee break*, el auditorio de la Sala 200 retomó el debate con una mesa redonda sobre “La transformación cultural a través de la implantación integral de procesos de RRHH”, moderada por el **CEO de OMD Human Resources Consulting, Carlos Rivas**. En ella, todos los ponentes defendieron el papel que juegan los procesos de RRHH a la hora de atraer y seleccionar a los mejores profesionales del mercado. Entre ellos estaba **Pablo Rodríguez, director de RRHH de Prodiel**, una compañía de unos 3.000 trabajadores que tiene “absolutamente claro que para poder competir en este sector con compañías mucho más grandes” que la suya tienen que “poner a los empleados en el centro” a través de procesos de RRHH integrados en las distintas áreas de la compañía.

El **director de Estrategia y Política de Personas de Bankia, Carlos Hernández**, también destacó la necesidad de compartir la gestión del talento con los líderes. “Nos encontramos con que no solamente en un principio hay que capacitar a los líderes, sino que además es posible que sientan el proceso como de RRHH y no lo interioricen”, comentó justo antes de añadir que en Bankia ya están trabajando en el *customer journey* adaptado a los empleados para “crear una biblioteca de

dinámicas de dirección para que el mando, desde la acogida hasta la desvinculación, sepa qué tiene que hacer con el empleado”.

En la mesa también estaba **Berta Domínguez, directora de RRHH de Toyota**, quien apeló al “desarrollo profesional de los empleados” como uno de los factores que más compromiso genera entre ellos. Y

el **director de RRHH de General Electric, Mario Burrull**, defendió en todo momento “la flexibilidad” y “la agilidad” de los procesos de RRHH, aunque fue un paso más allá asegurando que el papel de los departamentos de gestión de personas tiene que ver con “transformar estos procesos en herramientas” para los líderes y los empleados de base.



“El compromiso te lo dan o no te lo dan, yo creo que ni siquiera se mide; el compromiso (con el empleado) se demuestra. Y se demuestra partiendo de tener procesos que sean consistentes y coherentes”.

**Carlos Rivas,**  
CEO de  
**OMD HUMAN RESOURCES CONSULTING**



# Pablo González

Transformación y talento

GROUPE  
**ARMONIA**  
DE SERVICIO A MULTISERVICIO



El fundador de Pangea, Pablo González, fue el protagonista del *speech* en el auditorio 200, en el que empezó hablando de la inmediatez y la hiperconectividad de las nuevas generaciones para explicar la “nueva realidad” a la que nos enfrentamos todos. “No es que el mundo se haya acabado, es que hemos entrado en una etapa verdaderamente diferente a todas las anteriores. Hemos pasado de crecer de forma lineal a un crecimiento radicalmente exponencial”, comentaba el joven sevillano en los primeros minutos de su intervención, justo después de ser presentado por **Jorge Peláez, business manager de Groupe Armonia**. Después, González advirtió a los asistentes de la necesidad de estar preparados para asumir todos los cambios que va a seguir trayendo consigo la tecnología. Eso sí, según sus propias palabras, “sin olvidar que estamos en la era de las personas” porque, aunque la tecnología sea la principal responsable de que “el 50% de los puestos de trabajos que ahora existen en 25 años no vayan a existir”, habrá otros en los que el talento de los profesionales seguirá siendo clave. En este sentido, el joven criticó que en este país se haya hablado de “generaciones perdidas” y recordó que: “En España, lo mejor que tenemos no es el aceite, ni las playas. Son las personas”, frase que suscitó una gran aceptación entre el público y también en redes sociales.

A lo largo de su ponencia, González se dirigió a los profesionales de RRHH que había en la sala en varias ocasiones para recordarles que, a la hora de elaborar una estrategia de *employer branding*, tienen que tener en cuenta las necesidades reales de las nuevas generaciones y ser coherentes con su discurso y sus procedimientos. “Se ha puesto de moda el *employer branding* y todo el mundo quiere ser Google”, comentó. “Pero si queremos comunicar lo que somos como compañía, tenemos que tener un 50% de realidad, esto es lo que somos para lo bueno y para lo malo, y otro 50% de aspiración, eso a lo que queremos llegar”, añadió. Sin embargo, lo más importante para formar parte del nuevo paradigma laboral que se está dibujando es, según el fundador de Pangea, que todos “seamos capaces de entender que la transformación no es una opción, sino una realidad”.



*“Lo que hacemos es dar servicio y soporte de RRHH a muchas empresas de las que estáis aquí a través del capital humano. Seleccionamos, formamos, dirigimos e intentamos otivar a las personas que dan servicio en nuestras empresas.”*

**Jorge Peláez,**  
Business manager de  
**Groupe Armonia**





### PONENTES



**Jesús Briones**  
HR manager de  
**CEPSA**

“El foco debe estar en el liderazgo positivo para todas las personas”



**Scherezade Miletich**  
Formación y  
Desarrollo de RRHH  
de  
**FUJITSU**

“La incertidumbre nos ayuda a aprender de manera distinta”



**Gustavo Adolfo Rosal**  
director de I+D de  
**PREVENCONTROL**

“Visión, entendimiento, claridad y agilidad son las claves”

TalentDay 17 no quiso dejar pasar la oportunidad para reflexionar sobre la necesidad de aprender en entornos difíciles. Para ello, invitó a tres expertos que, durante siete minutos, compartieron sus experiencias de aprendizaje en entornos VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity & Ambiguity*).

Todos ellos intentaron desmitificar el miedo y la incertidumbre, presentando ambos conceptos como una buena oportunidad para aprender. En este sentido, la directora de Selección, Formación y Desarrollo de RRHH de Fujitsu, Scherezade Miletich, desgranó el lado positivo de este tipo de escenarios que, a priori, pueden parecer hostiles. “La incertidumbre es una oportunidad extraordinaria para aprender a hacer cosas de maneras distintas”, comentó.

Por su parte, Jesús Briones, HR Manager de Cepsa, explicó que los entornos VUCA exigen “poner el foco en un modelo de liderazgo positivo, que sea capaz de generar impulso en las generaciones nuevas, pero también en aquellas que están ya funcionando” dentro de las compañías. El director de I+D de Prevencontrol, Gusta-

vo Adolfo Rosal, concluyó la sesión animando a los presentes a “convertir la V de volatility en visión, la U de uncertainty en entendimiento, la C de complexity en claridad y la A de ambiguity en agilidad”.



“Animo a todos los asistentes y directivos en general a convertir las siglas de VUCA en otras: la V de Volatility en V de View, la U de Uncertainty en U de Understanding, la C de Complexity en C de Clarity y la A de Ambiguity en A de Agility.”

**Gustavo Adolfo Rosal,**  
director de I+D de  
**PREVENCONTROL**



# Innovación en RRHH con RRHH



A more human resource.™



## PONENTES



**Carlos Olave**  
director de RR HH  
Europa de  
**LG**

“Hay que innovar para subsistir y mejorar la vida de las personas”



**Raquel Fernández León**  
directora de Desarrollo,  
Selección y Gestión del  
Talento de  
**TELEFÓNICA ESPAÑA**

“Lo único que hay que hacer para innovar es proponérselo”



**Alejandra López-Boisson**  
directora de RRHH  
Iberia de **3M**

“Hay que conseguir hacer unos RRHH más artesanales”



**Laura Santacreu**  
HR manager de  
**HP**

“Fomentamos la participación de todas las generaciones”

La sala 200 del Museo Reina Sofía cerró la jornada de TalentDay 17 con un debate centrado en la “Innovación en Recursos Humanos con Recursos Humanos”, moderado por **Jordi Aspa, general manager Iberia, Poland & Switzerland de ADP**, en el que los ponentes plantearon la necesidad de apostar por la innovación para superar “los desafíos constantes” a los que se enfrentan las organizaciones hoy en día. Precisamente el **director de RRHH Europa de LG, Carlos Olave**, explicó que: “Lo que hemos hecho hasta ahora no garantiza que en el futuro nos vaya a ir bien”. Por eso, desde la compañía coreana aseguran que la clave para sobrevivir es la innovación. Pero, “¿Para qué innovar?”, se preguntó Olave durante su intervención. “Primero para subsistir y segundo para mejorar la vida de las personas”, respondió acto seguido. En la misma línea se mostró **Alejandra López Boisson, directora de RRHH de 3M**, quien destacó la necesidad de “hacer unos RRHH más artesanales” y “tener una empatía real con los empleados”. En **HP** lo consiguen, según su **HR manager, Laura Santacreu**, “creando grupos en los que todas las generaciones se sientan representadas para innovar”.

Por último, **Raquel Fernández León, directora de Desarrollo, Selección y Gestión del Talento de Telefónica**, cerró la sesión explicando que ninguna empresa debe poner excusas a la hora de innovar. “En Telefónica tenemos muchos frentes abiertos y, como veis, no va tanto ni de presupuesto, ni de tamaño de compañía”, co-

mentó al público, explicándoles que lo único que hace falta para innovar es tener ganas de hacerlo.

Con este excepcional programa, la segunda edición de la jornada organizada por Equipos&Talento volvió a ser un éxito y se confirmó como la gran cita de los Recursos Humanos en España.



*“Creo que el mensaje está muy claro: (para innovar) no se trata ni de tamaño, ni de presupuesto, sino de querer, de voluntad, de imaginación, de cercanía, de escuchar... Y todos tenemos los recursos suficientes para hacerlo.”*

**Jordi Aspa,**  
General Manager Iberia,  
Poland & Switzerland de  
**ADP**





**Jorge Molinero,**  
director general de  
**atisa**  
grupo

El pasado 25 de mayo se celebró uno de los eventos más importantes y de mayor prestigio en el sector de los Recursos Humanos, Talent Day. Se trata de un día para hablar de tendencias, del talento en las empresas, de nuevos caminos que se emprenden, de la importancia imparable que va tomando la tecnología, de los modelos de liderazgo, de las distintas generaciones... y es que, en definitiva, se trata de un día para detenerse, salir de los despachos y bloquearse las agendas para hablar de PERSONAS, para hablar de la importancia que cada día más están suponiendo los departamentos de Recursos Humanos dentro de las empresas, como eje fundamental de la dirección de las mismas.

Se trata pues de un evento en el que Grupo Atisa quería estar presente y hacerlo de una manera muy especial, como patrocinadores activos pudiendo así invitar a clientes y empresas amigas a disfrutar con nosotros de la jornada. Creciendo y dando un paso más en nuestra imagen de marca y acercando una vez más el mensaje a los directores de RRHH de que Grupo Atisa es el *partner* estratégico ideal para que puedan dedicarse al desarrollo del talento de sus empresas.



**Javier Puebla**  
CEO de  
**TALENTOO**  
RECRUITMENT EVOLUTION

Como uno de los Sponsors del TalentDay'17, desde Talentoo acudimos el pasado 25 de mayo a uno de los eventos de RRHH más importantes y prestigiosos del panorama nacional. Allí tuvimos la oportunidad no solo de escuchar una serie de ponencias del mayor interés para el área de los Recursos Humanos, sino que fue un punto de encuentro en el que pudimos coincidir con más de 500 directivos del sector.

Desde luego, para nosotros es de agradecer la celebración de este tipo de eventos que nos dan la oportunidad de aprender sobre las nuevas tendencias del sector además de poder compartir comentarios y experiencias con otros profesionales, facilitando la ocasión de acceder a múltiples oportunidades de colaboración y desarrollo personal y profesional que de otro modo serían menos efectivas.

En definitiva, por nuestra parte valoramos y agradecemos este tipo de actos en los cuales, desde nuestra propia experiencia, se permite a los profesionales de los Recursos Humanos acceder a los debates y reflexiones sobre las nuevas tendencias que cada vez afectan más al área de la gestión de personas, lo que facilita la adaptación de las organizaciones a los nuevos tiempos.



**Jordi Pujals,**  
director de  
**IMAN**  
TEMPORING ETT

Jornadas como el Talent Day Madrid nos acercan a las últimas tendencias en *wellbeing*, entornos VUCA, liderazgo e innovación; y son fundamentales para conocer nuevas herramientas y metodologías que nos permitan potenciar las aptitudes, actitudes y conocimientos de nuestros equipos.

El Talent Day no fue solo una jornada para seguir aprendiendo sobre RRHH y expandir nuestros horizontes, fue una jornada de intercambio de experiencias con los principales líderes de opinión sobre la evolución del mercado, el papel de la transformación digital en nuestras compañías y el futuro del sector.

Fue también una jornada de *networking* donde conversar con compañeros, *partners* y directivos de Recursos Humanos, sobre la gestión del talento, el desarrollo profesional y la formación que, cada vez más, están jugando un papel más destacado en el *branding* interno de una compañía.

Es un placer haber colaborado en hacer posible una jornada como esta. Sin duda, un fantástico punto de encuentro entre talento, innovación y tendencias. ¡Enhorabuena Equipos&Talento!



**Elena Giménez,**  
managing director  
**speexx**  
empresas y colaboradores

Al principio de este año en Speexx lanzamos una infografía con los que considerábamos iban a ser los retos en RRHH para 2017. La transformación digital era, y es, uno de estos retos puesto que es un proceso que ha modificado nuestras vidas y las organizaciones no están al margen. Evidentemente, la tecnología es fundamental en esta transformación pero no es la única cuestión a tener en cuenta en las estrategias de los departamentos de RRHH. Afortunadamente en el TalentDay'17, celebrado el 25 de mayo, pudimos comprobar, durante las intervenciones de los excelentes ponentes, que el resto de los retos identificados en la infografía están siendo también tratados por las organizaciones allí presentes. *Employer branding* y compromiso de los empleados, interpretar objetivamente los datos (Big Data), cohesionar el talento generacional (con debate incluido entre cuatro jóvenes millenials) y saber llevar los cambios de relación entre empresa y empleado, son otros retos para este 2017 que deben afrontar los departamentos de RRHH. Y todo ello con un mensaje claro, como pudimos comprobar en las motivadoras charlas de Pablo González y Luis Galindo: "conectar emoción y acción en las organizaciones".



**Antonio Vega,**  
CEO de  
**humaniza**  
dreams&business

Talentday'17 fue un marco fantástico para compartir y conocer las principales experiencias y tendencias en el ámbito de RRHH. Un espacio ideal para volvernos a encontrar y participar con clientes y amigos de siempre.

Hoy en día, como vimos, todas las empresas son conocedoras de que es el talento el que marca la auténtica diferencia entre la empresa líder y sus seguidores. Son las compañías con sus líderes los que, a través de su actitud, ilusión y maestría en el desarrollo de un liderazgo impulsor, a través de conversaciones de alto impacto, con equipos, mercado y accionistas, mejoran el compromiso de empleados, la fidelidad de clientes y, por lo tanto, el valor accionario de sus empresas.

Más que nunca, es necesaria la mentalidad ganadora de los líderes, que ha de estar centrada en el crecimiento de sus equipos, desde la cercanía, el interés auténtico por las personas, así como la máxima exigencia profesional.

Desde nuestra experiencia, el liderazgo innovador ha de estar enfocado en el manejo de las relaciones y conversaciones, entre el jefe y sus equipos, haciendo que todos sumen para mejorar la eficacia organizacional e impacto en la cuenta de resultados. En todo ello, es muy importante la actividad y soporte que se realiza desde las áreas de Recursos Humanos, en la creación de mejora de la *Employee Experience* en un entorno más complejo, plenamente digital y de diversidad generacional en los equipos de trabajo.



**José Manuel Arribas,**  
socio  
**personam**  
Metaplacement  
arriba

La razón de participar como colaboradores de un acto como TalentDay está vinculada a la pasión que demuestra este tipo de eventos en unir a tantos profesionales de diversos sectores, conocer cómo piensan, qué están haciendo en sus organizaciones, y por supuesto, ser un colaborador más en el desarrollo de los procesos de *networking* entre algo más que expertos, es decir, entre personas.





# SENIOR MANAGEMENT PROGRAM IN DIGITAL BUSINESS

Integra el mundo digital  
en tu estrategia  
empresarial

Un programa especialmente dirigido a:

**Presidentes, CEO  
y Alta Dirección**



📍 Madrid, Barcelona, Sevilla  
Bilbao, Pamplona y Zaragoza



# SENIOR MANAGEMENT PROGRAM IN DIGITAL TALENT

Integra el mundo digital  
en tu estrategia de  
Recursos Humanos

Un programa especialmente dirigido a:

**Directores de Recursos  
Humanos, de Formación,  
de Talento y Personas**



📍 Madrid, Valencia, Sevilla y Zaragoza

🕒 **48** horas - **12** sesiones (intensivas de 4 horas semanales)