

DESARROLLO DE CARRERA

Las 10 prácticas ganadoras

POR EXPANSIÓN
Actualizado: 20/11/201518:55 horas

0 comentarios

Twitter

Loewe, Pernord Ricard, Abanca, L'Oreal, Bankia, Liberty Seguros, ING Direct, Everis, Grupo Alimentario Citrus y PwC fueron las empresas ganadoras en la edición XIII Premios Emprendedores & Empleo a la mejor gestión de personas.

Loewe

Apuesta por la formación interna

La marca de lujo, Loewe, ha apostado por su fábrica de Getafe para convertirla en un referente en el sector. Para ello, ha desarrollado la iniciativa 'Escuela de

Suscríbete



Con traje, en la segunda fila, Javier Alonso, director de recursos humanos de Loewe.

Marroquinería' . Esta propuesta trabaja en varias líneas: formar a los empleados actuales y a personas con aptitudes para la artesanía, pero sin experiencia previa; garantizar la sostenibilidad de la compañía a largo plazo atrayendo talento joven; diseñar y establecer un modelo de transferencia de conocimiento en un entorno de colaboración; consolidar el I+D de la fábrica; y contratar a los mejores de cada curso.

ÚLTIMA HORA

09:12 El precio de la luz hoy sube un 60% su tarifa diaria: cuándo...

08:52 El paro baja en 57.835 personas en mayo y la...

08:45 Arabia Saudí se estrena en las transacciones tokenizadas...

LO MÁS LEÍDO

1. Así es el notario más joven de España (24 años) que temía ser confundido con el becario
2. La opa de BBVA sobre Sabadell incorpora nuevos actores insospechados



En el medio, detrás, Aitor Rueda, director de RRHH de Pernod Ricard, con su equipo.

Pernord Ricard

'Apps' para la gestión de personas

Que los 'managers' interioricen el impacto que tienen en el compromiso de sus equipos y asegurar su total adhesión a los retos y valores estratégicos de la compañía son las metas que se ha marcado Pernod Ricard. Para conseguirlo ha creado 'Ricardo, el primer colaborador virtual de Pernod Ricard'. Para construir esta iniciativa han optado por la 'gamificación'. Así, desarrollaron una 'app' en la que el usuario debe acompañar a un personaje en sus dos primeros años como empleado. Éste plantea diferentes conflictos que los líderes deben resolver y después reciben explicaciones de cada una de las situaciones.

3. Estas son las 10 universidades españolas con mejor rendimiento
4. Los 10 coches más vendidos en mayo en España: el Dacia Sandero se sale del mapa
5. Bruselas multa a Glovo y Delivery Hero por mantener un cártel durante cuatro años

BUSCADOR DE EMPRESAS

Introduzca nombre... Buscar

› Ver directorio de autónomos

AYUDAS E INCENTIVOS



En el centro, sentada, María Camino Agra, directora general de capital humano de Abanca.

Abanca

Difusión de los valores de la firma

Tras un proceso de reestructuración, debido a una fusión, era necesario que la compañía recuperase la confianza del cliente, y se homogeneizase la experiencia en todas las oficinas. Ése es el planteamiento que ha tomado Abanca para desarrollar 'Marca la diferencia'. El objetivo era que los empleados orientasen su comportamiento hacia el cliente. Se trata de un proyecto colaborativo multicanal que consiste en un concurso interno en el que los trabajadores deben grabar sus vídeos. En ellos simulan situaciones en las que se pueden aplicar los cuatro protocolos de actuación desarrollados por la empresa.

L'Oréal

Apoyo en la búsqueda de empleo

'RH para los nuestros' es la propuesta que ha llevado a cabo L'Oréal para acompañar a los familiares de los trabajadores que estén en búsqueda de empleo. Mediante esta iniciativa un equipo, compuesto por 25 personas, se ha puesto al servicio de este colectivo durante un viernes al mes y le ha dotado de las herramientas necesarias para la búsqueda de empleo. Así, el proyecto ha contado principalmente con dos objetivos: poner al servicio de la comunidad

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

OTRAS NOTICIAS DE INTERÉS

- Qué perdemos en una reunión inútil
- ¿Puede un pulpo ser un buen trapecista?
- Sólo uno de cada tres españoles está contento con su sueldo
- "La responsabilidad de que Bankia salga adelante es de todos los que trabajamos aquí"
- "No se debe decir lo que no se puede cumplir"

ETOOLS +



Con traje negro, en el centro, Judith Ruiz de Esquide, directora de RRHH de L'Oréal España

los conocimientos del departamento de recursos humanos y mejorar el sentimiento de pertenencia de todos los colaboradores de la firma.



Segundo por la dcha., Carlos Monserrate, director estrategia y políticas de personas de Bankia, con su equipo.

Bankia

Transformación de un negocio

Implantar un estilo de dirección coherente con los valores, así como cambiar la manera de relacionarse con los clientes, con los equipos, y la forma de ser percibidos y apreciados por la sociedad fueron algunos de los retos que se plantearon en Bankia. Para hacerlo, han puesto en marcha 'Desarrollo directivo para la transformación del modelo de negocio'. Con esta práctica han analizado en profundidad al colectivo directivo, a través de técnicas de 'big data' y neuromárketing, y han creado espacios para poner a prueba los puntos clave de los modelos de desarrollo para generar resultados. Todo ello les ha permitido mejorar su aproximación al mercado.



En el centro, en primera fila, Mª Eugenia Muguerza, directora de talento de Liberty Seguros.

Liberty Seguros

La voz de los empleados como base

Se trata de una nueva forma de trabajar con la voz de los empleados y del cliente como base. Por ello, el foco se ha puesto en los procesos, planificación y solución de problemas. Con 'Liberty Management System LMS', el programa de Lyberty Seguros, la compañía ha podido aunar experiencias bajo el prisma de la participación. Esta transformación se ha realizado a través de la implantación de herramientas como entrevistas 'one to one', con las que cada empleado aporta su visión, la instalación de pizarras que se actualizan con los resultados y sesiones para detectar oportunidades de mejora.



En el centro, Pablo Lozano, director de talento de Everis.

Everis

Nuevos espacios para aportar ideas

La necesidad principal que Everis ha intentado cubrir ha sido la de incrementar la satisfacción de los profesionales. 'One week for us' es la iniciativa con la que la organización ha pretendido que los empleados generen valor más allá de su responsabilidad y aumenten su orgullo de pertenencia. Así podían formar parte del plan estratégico. Para ello, creó una plataforma digital en la que se publicaban diferentes retos, apostando por un tono informal y cercano y así facilitar la aportación de ideas. Finalmente, se eligió la mejor propuesta de un equipo para vivir una experiencia de un mes en uno de los centros de innovación de Sillicon Valley.

ING Direct

Ideas para un estrategia en común

A través de la experiencia 'SME'S Challenger', ING Direct quería estrechar la relación entre los departamentos, mejorar su perspectiva de las pequeñas y medianas empresas y transmitir nuevas habilidades y conocimientos. Para entender las necesidades de las pymes cada equipo entrevistó al menos 12 empresarios de diferentes sectores antes de empezar a diseñar su idea. Con la ayuda de un 'coach' externo cada grupo podía crear un prototipo del producto.



A la dcha., de pie, Alicia Guerrero, resp. de formación de INGBank.

Después de los eventos de presentación, se ordenaron las distintas ideas para incorporar los proyectos a la estrategia del banco.



Jorge Pantoja, con corbata, resp. de desarrollo de GAC.

Grupo Alimentario Citrus

Renovación de las habilidades

El programa 'Grado' de Grupo Alimentario Citrus nació de la necesidad que encontraron en personas con larga trayectoria, pero que no se pudieron formar en su momento y que debían renovar sus competencias. El calendario de clases se fijó en seis meses y uno de los objetivos era establecer 'networking'

entre los tutores y alumnos. Así, se establecieron canales de comunicación para que cada uno pudiera indicar sus impresiones y proponer mejoras. Al acabar el curso, los participantes debían hacer un proyecto en el que desarrollaban productos que entraban a formar parte del I+d de la compañía.



Irune Casas, segunda por la izda., responsable de talento de PwC.

PwC

Identificación del talento

El mundo cambia de forma rápida, exigiendo a clientes y profesionales nuevas capacidades de análisis, gestión y adaptación. Con esa idea, PwC ha creado 'Modelo de Potencial PwC'. Esta propuesta permitía identificar tres tipos de perfiles y gestionarlos en función de las necesidades del negocio, lo que facilitaba a su vez reconocer, desarrollar y hacer crecer a las futuros líderes de la firma. Una vez conocidas las características de la plantilla, la compañía realizó un diagnóstico que les permitió aplicar planes personalizados que garantizasen el crecimiento profesional.

Tags

Emprendedores y Empleo | Desarrollo de Carrera

Publicidad

Comentarios

Para comentar o valorar, por favor inicie sesión o regístrese

Publicidad

Otras webs de Unidad Editorial

© 2025 Unidad Editorial Información Económica S.L. | Términos y condiciones de uso | Política de privacidad | Política de cookies | Certificado por OJD | Publicidad | Quiénes somos | Atención al cliente

Masters -Escuela Unidad Editorial	Coches - Marcamotor.com	Unidad Editorial	Farmacia - Correo Farmacéutico
Cuídate Plus	Medicina - Diario Médico	Trabajo - Expansión y Empleo	Hemeroteca
Expansión en Orbyt	El Mundo	Tienda MARCA	Nauta360
Madrid Fashion Week	Noticias de Agencias	Directorio Empresas	Directorio Autónomos
Directorio Ejecutivos	Diccionario Económico	Fuera de Serie	Suscripciones Expansión
Guía TV	MARCA	MARCA eSports	