

VEINTE

RECURSOS HUMANOS

UN MUNDO DIGITAL

VERÓNICA RAMALLAL

FORMACIÓN

ANA BELEN ARCONES. IMF

Docuten - Firma Digital

BRAIS MENDEZ

COACHING

JANE RODRÍGUEZ DEL TRONCO

OCTUBRE
2018

“

WALT DISNEY

**PUEDES DISEÑAR Y
CREAR Y CONSTRUIR
EL LUGAR MÁS
MARAVILLOSO DEL
MUNDO, PERO SE
NECESITA GENTE
PARA HACER EL
SUEÑO REALIDAD.**

Walt Disney (1901-1966). Productor, director, guionista y figura capital de la historia del cine de animación.

”



04
VERÓNICA RAMALLAL
UN MUNDO DIGITAL



12
ANA BELÉN ARCONES
FORMACIÓN



08
JANE RODRÍGUEZ DEL TRONCO
COACHING



16
BRAIS MÉNDEZ
DOCUTEN



18
BLOG.VÍCTOR CANDEL
LIBRO. RELATOS HUMANOS



VERÓNICA RAMALLAL

Fotos:
Verónica Ramallal

Tus pasos marcan el camino, pero en el entorno digital y en las actuales dinámicas de comunicación y desarrollo de negocio va todo demasiado rápido. Caminamos con Verónica Ramallal.

V.- De La Voz de Galicia y la TVG al mundo digital con el márketing de la película “O Apóstolo/El Apóstol” y desde ahí a ser Community Manager, Social Media Strategist para marcas de España, Panamá y Venezuela y crear tu propia consultora de Social Media y Marca Personal que es un éxito: Pekecha; y mucho más que está por llegar. ¿Crees en los sueños?

VR.- Sí, los sueños son una cosa muy seria. La lógica te lleva desde A hasta B. La imaginación a donde tú quieras.

Los sueños son el motor de nuestra felicidad, son los que nos mantienen despiertos y los que nos empujan hacia nuestros objetivos. Mantenerlos vivos, ser capaz de ilusionarse en cada paso hacia ellos es sin duda la clave del éxito tanto personal como profesional y sin duda, un gran valor diferencial a la hora de hablar de Marca Personal. ¿Cómo no van a ser serios?

Otra cosa es que mientras vives tu sueño, aprecen otros caminos que a lo mejor, te gustan más.



V.- ¿Y abandonamos nuestros sueños?

VR.- Los transformamos. No puedes ser esclavo de tus sueños. Pero un sueño te obliga a moverte, a tomar una dirección. Eso es lo importante. A veces, en el camino aparecen oportunidades que no habías imaginado...Yo nunca había practicado deporte y no veía implicarme profesionalmente con el mundo deportivo, pero de repente, conoces gente, proyectos que te enseñan valores vinculados a él, te hacen verlo de forma distinta y acabas colaborando con ellos, poniendo en valor su mensaje y siendo parte de su proyecto.

V.- Es interesante porque el mundo es cambio... y también el entorno digital.

VR.- Sí, en el entorno digital y en las actuales dinámicas de comunicación, desarrollo de negocio y generación de oportunidades va todo demasiado

"EN ESTE CONTEXTO NO ES QUE TENGAMOS QUE ACOSTUMBRARNOS SI NO QUE TENEMOS QUE EMPEZAR A ANTICIPARNOS."

rápido... A veces a un ritmo tan frenético que incluso asusta. En este contexto no es que tengamos que acostumbrarnos si no que tenemos que empezar a anticiparnos.

V.- Marketing digital, Web, E-Commerce, App, Social Media, Personal Branding, Inbound... ¿Tenemos que acostumbrarnos a este vocabulario o es una moda?

VR.- Incluso de esas palabras, puede que muchas a día de hoy ya sean agua pasada. Siempre comento, cuando empiezo una formación en alguna de estas disciplinas,

"SIEMPRE DIGO QUE SI IMPARTO UN CURSO QUE DURA MÁS DE 15 DÍAS SOBRE EL MUNDO DIGITAL, ES MUY PROBABLE QUE ANTES DE QUE TERMINE, TENGAMOS QUE ACTUALIZAR ALGO DE LO VISTO LOS PRIMEROS DÍAS."

—VERÓNICA RAMALLAL, COMUNICACIÓN DIGITAL

que si el curso dura más de 15 días, es muy probable que antes de que termine, tengamos que actualizar algo de lo visto los primeros días (se ríe).

V.- ¿Así de rápido es el mundo digital?

VR.- Sí, vivimos en un mundo de sobreinformación, de inmediatez, de impaciencia y cada día más hiperconectado. Todos estamos vinculados, todo está monitorizado y todo está al alcance de un click.

V.- ¿Y tendremos que hablar de vocabulario digital?

VR.- Sí. por supuesto, de CPM o CPC, por ejemplo.

V.- Hablemos sin siglas para que nos entendamos.

VR.- El Coste por Mil (CPM) son impresiones en la web, es para una marca asentada, lo que buscas es "branding", hacer publicidad y que te reconozcan, que tu nombre suene. El Coste por Click (CPC) es venta, lanzar un producto nuevo o generar campañas de un producto, captar gente interesada que todavía no ha apostado por nosotros.

V.- ¿Todo el mundo conoce este vocabulario digital?

VR.- No. Muchas veces, incluso mis amigos, me dicen que soy friki por usar estos términos, pero cada vez preguntan más qué significa porque quieren saberlo.

V.- E-Commerce. ¿Es suficiente con poner productos y precios en una web?

VR.- Eso es como cuando nos llega un cliente a Pekecha y nos dice que quiere tener presencia en redes. La primera pregunta: "¿Objetivos?" Y responden: "Pues... bueno todo el mundo está, y entonces necesito que me hagáis también un FB, TW e IG"... ¡¡¡Por supuesto que no!!!! Vender Online, Gestionar una Imagen Digital es mucho más que crear un canal y empezar a comunicar. Se necesita definir objetivos, integrar todos los canales, generar una marca coherente y, sobre todo, que conecte. Y por supuesto, optimizar el posicionamiento de toda y cada una de las acciones que realicemos, por minúsculas que parezcan. El consumidor ha cambiado y las reglas del márketing tenían que cambiar. Los canales, la forma de comunicar, la integración de herramientas, el diseño de campañas y desarrollo de creatividad para su optimización han sufrido un cambio radical. Pero la esencia se mantiene. Soy de las "románticas del márketing", como me dicen algunos compañeros de profesión, que sigue creyendo que en el fondo se trata de lo mismo: de ser capaz de emocionar, de crear contenido que involucre, de sorprender, de ilusionar, de personalizar y, sobre todo, de humanizar. Hacer sentir especial y conectar es y seguirá siendo la clave del éxito en cualquier tipo de campaña, independientemente del medio.

"El mundo en tus manos."

V.- Ahora que las empresas tienen web, ¿tienen que tener sus App (aplicaciones) también?

VR.- Para nada. Habrá proyectos y empresas que lo único que necesiten sea precisamente una APP y otros que no. ¿Cuáles son los objetivos?

V.- ¿Social Media es estar en redes sociales?

VR.- ¡¡¡Mucho más!!! Es aprender a conectar de forma distinta, es entender nuevas dinámicas, es abrir la mente, es aprender a ser selectivo. Pero sobre todo es tener todas y ninguna de las oportunidades del mundo, dependiendo como lo gestiones. ¡El mundo en tus manos!



 Verónica Ramallal
SOÑAR, EMPRENDER, COMUNICAR
www.veronicaramallal.com



JANE RODRÍGUEZ DEL TRONCO

Fotos: Jane Rodríguez del Tronco

Si conoces a Jane, entiendes lo que es la excelencia.

V.- Inspirando a las personas a la excelencia, ¿por qué, Jane?

JRdT.- Diría que este claim 'Inspiring People to Excel' es lo que mejor resume y combina todo lo que hago. Hasta hace diez años me dedicaba al Marketing y a las Ventas, y mi cambio profesional hacia el desarrollo del talento vino precisamente por mi inquietud de aportar todo lo que había aprendido a las personas, de hacer que encontrasen

su valor, que desplegasen todo su potencial e... ¡inspirarles para brillar!

Para mí la búsqueda de la excelencia es una actitud, un valor por el cual te guías en la vida en todo lo que haces.

V.- Directora de 'The Bold Choice', ¿por qué ese nombre para tu consultora?

JRdT.- Es una expresión que se utiliza en el mundo anglosajón de manera frecuente en el teatro, para animar a los actores a dar lo mejor de sí mismos, a que se atrevan a dejarse la piel y a hacer todo lo posible para que su actuación sea extraordinaria: Bold!

TALENT
Consultant
and
Executive
COACH.
'INSPIRING
PEOPLE TO
EXCEL!'

"La búsqueda de la excelencia es una actitud, un valor por el cual te guías en la vida en todo lo que haces."



En mi caso, además me recordaba a uno de los proyectos más bonitos en los que trabajé en mi última etapa en Marketing con Yum!: el lanzamiento de Taco Bell en España. Y 'the bold choice' era el claim en la empresa con la que se identificaba a este tipo de comida tex-mex, una apuesta diferente y atrevida, como lo que suponía para mí emprender y lo que quería ofrecer con mi propia consultora.

V- Directora, docente, conferenciante, mentora, coach... ¿qué es lo que más te gusta?

JRdT.- Pues primero te diría que no me gustaría tener que seleccionar ni abandonar nada, aunque para algunos esto pueda significar perder foco. Para mí el foco está en el desarrollo de personas, a nivel individual u organizacional, a través de la metodología que se necesite en cada momento.

V.- ¿Disfrutas de tu trabajo?

JRdT.- Disfruto con todo en su justa medida. Y soy culo inquieto. La docencia me gusta mucho, pero... ¡no me gusta tener que poner notas y hasta con decimales! El coaching me apasiona, y de hecho es el ingrediente en común a todo lo que hago; y, sobre todo, ¡me fascina el coaching de equipos! Supone sentir mucha presión en la preparación y sudar bastante en la ejecución por el nivel de incertidumbre al que te enfrentas. Y cuando terminas, aunque agotada, si ha servido para que un grupo de personas, un equipo, cambie de rumbo ¡chapeau! Es un subidón. Como también lo son las conferencias, con las que disfruto enormemente, sobre todo si son de Marca Personal o de Liderazgo.

V.- Hablemos de coaching, ¿para qué sirve el coaching?

JRdT.- En las empresas lo suele contratar el área de desarrollo y talento. A veces, porque detectan

una necesidad de cambio o mejora en un profesional, o bien porque quieren que despliegue las habilidades que necesitará en el futuro en un tiempo extraordinario. Otras veces son profesionales de manera independiente los que lo solicitan, bien para objetivos como los anteriores, bien para cambiar de empresa, para ascender en la que están, para trabajar su marca personal, para encontrar empleo y posicionarse nuevamente en el mercado, para emprender. Todo esto quedaría en lo que se conoce como coaching ejecutivo. Luego está el life coaching, que en teoría trabaja objetivos más personales. Pero en mi opinión es difícil marcar la línea que los separa, porque... ¿caso los profesionales no son primero personas? Por experiencia, nuestro comportamiento no suele ser tan diferente en cada ámbito.

V.- ¿Y el coaching de equipos?

JRdT.- Cuando se trata de un



“

En coaching de equipos, trabajamos para ayudarles a identificar con qué cuentan y qué les falta para convertirse en un equipo de alto rendimiento.

”



coaching de equipos, trabajamos para ayudarles a identificar con qué cuentan y qué les falta para convertirse en un equipo de alto rendimiento, y les acompañamos en el diseño de un plan de acción que así lo permita. Dependiendo de la fase en la que esté el equipo y del reto al que se enfrente, se enfocan las sesiones de una u otra manera.

Todos nos planteamos objetivos que nos cuesta alcanzar o que quizás queremos conseguir en menos tiempo.

V.- El coaching, ¿es solo cosa de líderes o directivos?

JRdT.- En absoluto. Todos podemos necesitar de un coach en algún momento. Todos nos planteamos objetivos que nos cuesta alcanzar o que quizás queremos conseguir en menos tiempo. Y a veces con la ayuda de otro, con un empujoncito de alguien que nos facilite cambiar la forma de ver las cosas, que nos inspire, que nos permita conocernos mejor, saber cuáles son nuestras creencias limitantes o aquellas que nos expanden, y reconocer nuestras emociones... ¡eureka, nuestro mundo se mueve!

V.- Una empresa quiere implementar un proceso de coaching, ¿por dónde empezamos?

JRdT.- Es importante conocer de antemano qué objetivos quiere la organización para el profesional, por qué y para qué está contratando un coach. El coachee o profesional que lo va a recibir tiene que estar de acuerdo con iniciar el proceso, pues sin su voluntad de cambio y su disposición a trabajar para ello, nada será posible. Una vez que esto ocurre, para mí es importante conocer si ha tenido algún feedback 360º y sus resultados. En la primera sesión se acuerdan los objetivos específicos a trabajar y se firma un acuerdo de colaboración con los compromisos de cada parte y la metodología a seguir, entre otras

INSPIRING PEOPLE TO EXCEL



JANE RODRÍGUEZ DEL TRONCO
@JanedelTronco
www.theboldchoice.com

cuestiones. Y, por supuesto, si no hay confianza plena entre coach y coachee, el proceso no podrá seguir adelante, por lo que en ocasiones se produce un encuentro previo de validación por ambas partes.

V.- Hablando de feedback...

¡Enhorabuena por la 2ª edición de vuestro libro 'Smart Feedback' que habéis escrito Rosa, Noemí y tú. ¿Cómo surgió la idea de vuestro libro?

JRdT.- Pues la idea surgió a raíz de diseñar e implementar un programa completo de desarrollo, con formación presencial y en formato MOOC, para una entidad bancaria internacional que quería cambiar la forma en la que se relacionaban y se daban feedback. Trabajamos tanto desarrollando el programa y teníamos tanto desarrollado de

formaciones anteriores que no dudamos un segundo en ponernos manos a la obra para escribir Smart Feedback.

V.- ¿Y qué recuerdos guardas de escribir el libro entre las tres?

JRdT.- Me quedo con nuestra capacidad de trabajo en equipo y nuestra coordinación. Lo tomamos como si de un proyecto más se tratase, con una fecha de entrega muy ambiciosa ¡Y ahí está! Pero el momento en el que Rosa y yo llegamos a la oficina y vimos el montón de cajas de libros ya impresos; ese momento en el que abrimos una y tocamos los primeros ejemplares, ¡y los olimos!, es un momento para recordar, sin duda. O la presentación en Sevilla con nuestros familiares, amigos, clientes... de nuestra tierra. ¡Un subidón!

V.- ¿Y hay planes de futuro?

JRdT.- Muchos, no podría ser de otra manera; tengo poco desarrollada la habilidad de aburrirme, que no sé si es una suerte, la verdad. Destacaría quizás la nueva etapa de The Bold Choice, con un posicionamiento mucho más claro, con un equipo mayor y con perfil internacional. Más que un plan, es un sueño en vías de cumplirse cargado de planes, buena gente y muchas ganas.

"EN EL ENCUENTRO CON OTRA PERSONA MUCHAS COSAS SUCEDEN: VEMOS DIFERENTE, NOS RETAMOS, NOS DAMOS FEEDBACK, NOS MOTIVAMOS, NOS COMPROMETEMOS."



ANA BELÉN ARCONES

Fotos:
Ana Belén Arcones
IMF Business School

IMF, el sueño sigue creciendo. Formación online, presencial y semipresencial en programas de Recursos humanos, MBA, marketing digital, Ciberseguridad, Big Data, Deep Learning...

V.- ¿Cómo ves a las empresas? ¿Se preocupan por la formación o los trabajadores son solo un número?

BA.- Hay muchos tipos de empresas y claro que sigue habiendo empresas que entienden los trabajadores como números, a los que forman cuando es estrictamente necesario, porque hay un requisito legal, etc. Pero cada vez son más los empresarios que gestionan el talento de forma amplia, entendiendo que cuidar al trabajador es la clave para tener una empresa con un rendimiento óptimo.

V.- Entonces, ¿los cuidamos?

BA.- No hablamos de poner futbolines y salas de descanso, hablamos de habilitar canales donde los trabajadores puedan comunicar sus inquietudes, que sientan que se les escucha y se les ofrecen soluciones, que cuentan con objetivos claros y se les dan recursos para conseguirlos. Las empresas necesitan trabajadores capaces de adaptarse a las nuevas necesidades y cada vez, más empresas apoyan esa adaptación del trabajador



Bus Sch

con formación. Nosotros, desde nuestra línea de negocio de Corporate, sí vemos cómo empresas y sectores se preocupan por el fomento de la formación.

V.- Alguna vez, te he oído decir que sientes pasión por la formación. ¿Por qué, qué te ha dado?

BA.- Me lo ha dado todo. Para empezar, a mí, mi propia formación me ha dotado de muchas herramientas necesarias para desenvolverme en los contextos más diversos y dispares, en distintos lugares del mundo, con diferentes personas.

Con mi primer máster decidí convertir la formación en el eje de mi profesión, ejerciendo como autora de material didáctico y docente en la formación oficial de técnicos en prevención de riesgos laborales. Trabajar para y con los alumnos fue un impulso motivacional y el origen de la decisión de crear IMF Business School, una escuela de negocios que llevara nuestro estilo,

"TENGO LA CERTEZA DE QUE LA FORMACIÓN CAMBIA VIDAS; LAS MEJORA."

nuestra impronta, y las claves de una formación de éxito aportando todo nuestro know how.

V.- ¿Así que la formación te cambió la vida?

BA.- Sí, tengo la certeza de que la formación cambia vidas; las mejora. Por eso, siempre tuve claro que quería convertirla en mi forma de vida. Es muy enriquecedor y motivador comprobar cómo la formación cambia a las personas. Es un mundo apasionante. Tengo 46 años y no he dejado de formarme académicamente ni un solo año de mi vida y sigo luchando por garantizar que, quien confía en nosotros, encuentre el apoyo y orientación para elegir el mejor camino y crecer con la formación que recibe en IMF Business School.

“IMF ES PRODUCTO DE UNA ILUSIÓN. DE UN SUEÑO. NACE DE DOS JÓVENES QUE QUIEREN CAMBIAR EL MUNDO CON LA FORMACIÓN.”

—ANA BELÉN ARCONES, DIRECTORA GENERAL DEL GRUPO IMF

V.- ¿Qué significa IMF para ti?

BA.- IMF es producto de una ilusión. De un sueño. Nace de dos jóvenes que quieren cambiar el mundo con la formación; llegar a las personas con menos recursos y ofrecerles una formación personalizada y de calidad. Carlos, presidente actual de la casa, y yo estábamos en las aulas impartiendo formación, viendo las necesidades de los alumnos, compartiendo sus dudas y momentos de ocio. No lo veíamos como el maestro que enseña y el alumno que aprende; lo veíamos como un foro donde intercambiar experiencias y debatir; de mucha interacción; de sacar lo mejor de cada uno. Crear IMF

supuso crear ese entorno a medida de lo que nosotros éramos y somos.

V.- ¿Qué ha sido de esos alumnos?

BA.- Muchos de esos alumnos hoy tienen puestos directivos en compañías del IBEX 35; otros se montaron su propia empresa; otros nos llaman porque quieren que gestionemos la bonificación de la empresa en la que trabajan...

V.- ¿Se consiguió el sueño?

BA.- Creo que supimos rodearnos de un magnífico equipo

humano, comprometido e implicado; gente con ilusión y ganas; donde cada uno de nosotros sabía que la suma de todos era superior exponencialmente a la aportación de cada uno. Siento que, de alguna manera se cumplió ese sueño... y lo mejor es que seguimos con distintos roles, pero con la misma ilusión y los mismos valores. Y con ese gran equipo detrás, algunos de ellos desde el principio.

V.- ¿Qué valor le damos al equipo de IMF?

BA.- Todo. Y no lo digo por ser políticamente correcta. Yo no soy nada sin un equipo detrás. Creo que casi nadie. Por eso trato siempre de elegir a personas que sepan más; me dejo aconsejar por ellos. Para alcanzar retos es necesario que alguien los piense, alguien que sepa generar la ilusión por alcanzarlos, alguien que los ejecute, alguien que los dote de herramientas, etc. Cada avance, cada solución se entiende con el valor que aporta el equipo. Hoy en la empresa somos más de 200 personas y sin ellas, IMF no sería lo que es. Cada persona tiene un papel fundamental para que la organización avance, sea cual sea el puesto que ocupan. Nosotros trabajamos para facilitar a nuestro equipo un contexto de trabajo en el que se sientan valorados y apoyados, y puedan dar lo mejor de cada uno.

"Cada avance, cada solución se entiende con el valor que aporta el equipo."

V.- Portugal, Colombia, México, Brasil, Perú... ¿Cómo te sientes liderando la Internacionalización de IMF?

BA.- Ha sido una experiencia extraordinaria que afrontamos con mucha ilusión y que, a través de los años, se ha convertido en una parte más de ese sueño inicial que nunca pensamos que traspasaría fronteras y océanos, hoy en día tenemos alumnos en más de 70 países, esto da vértigo, pero es muy emocionante.

IMF

Business
School

Ana Belén Arcones

@BelenArcones

IMF Business School

www.imf-formacion.com



DOCUTEN

Fotos: Docuten
Brais Méndez

Hoy en día, siguiendo la normativa europea eIDAS, podemos firmar electrónicamente a través de un código que llegue a nuestro móvil.

V.- ¿Firma digital? Pero si ya tengo un certificado digital, ¿para qué la quiero?

BM.- Un certificado digital y una firma digital aunque están relacionados, son conceptos diferentes. Los certificados que llamamos “cualificados”, como el de Hacienda, nos permiten acceder a entornos seguro, pero hoy en día podemos tener una firma digital sin tener que acudir a una entidad certificadora y realizar el proceso necesario para obtener uno de esos certificados.

Siguiendo la normativa europea eIDAS, podemos firmar

electrónicamente a través de un código que llegue a nuestro móvil a través de SMS o email, podemos firmar sobre un dispositivo táctil que recoja los rasgos biométricos de nuestro trazo...

V.- ¿Y qué tipo de documentos podemos firmar?

BM.- Un contrato laboral, un contrato mercantil, comunicaciones a empleados, documentación laboral, etc. Existen distintos tipos de firma digital que se pueden adaptar a la necesidad y procedimiento en el ciclo de negocio.

V.- Entonces, ¿estamos hablando de que es legal? Porque escucho a gente con cierto temor.

BM.- Sí. Todas nuestras soluciones de firma digital son legales. Docuten ofrece soluciones de firma digital que cumplen con el Reglamento Europeo (Nº910/2014) de Firma Electrónica, eIDAS, así como con el resto de reglamentos internacionales de firma digital.

"Soluciones digitales sencillas y prácticas a procesos administrativos habituales en la empresa."

V.- ¿Y cómo surgió la idea de Docuten?

BM.- Ángel, el Product Manager de Enxendra, y yo iniciamos esta aventura en 2009 bajo un objetivo claro: ofrecer soluciones digitales sencillas y prácticas a procesos administrativos habituales en la empresa. En primera instancia cumplimos este objetivo a través de dos plataformas diferenciadas, Signedoc, destinada a firma electrónica de documentos y HazteunafacturaE, orientada a la factura electrónica. Cada una de estas plataformas, por separado, cumplían su función con precisión. Sin embargo, si nuestro principal reto era el de facilitar la digitalización de las empresas, ¿por qué tener dos plataformas independientes cuando podíamos lanzar al mercado una que cumpliera con ambas funciones? Y así apareció Docuten, nuestra actual plataforma de firma digital y factura electrónica.

V.- La digitalización empresarial es indispensable?

BM.- Por supuesto. La transformación digital es un proceso necesario en cualquier corporación. Todas las empresas cuentan con procesos administrativos que no aportan ningún valor y que podrían ser automatizados a través de una plataforma como Docuten. La digitalización de este tipo de procesos permitiría un ahorro en tiempos y costes, pudiendo revertir estos recursos en otorgar otro tipo de valor a las empresas.

DOCUTEN FIRMA DIGITAL



VENTAJAS

- Agiliza tus procesos de contratación: Empresa y trabajadores pueden firmar digitalmente cualquier contrato o documento usando un ordenador o un dispositivo móvil.
- Aumenta el control: Puedes controlar el estado de la firma de cualquier documento.
- Mejora tu gestión documental: Tendrás toda tu documentación centralizada y accesible.
- Emisión de facturas electrónicas: Puedes emitir facturas electrónicas tanto a clientes públicos (PDF, FACeB2B, etc) como a privados (Puntos Generales de Entrada de facturas en las Administraciones Públicas)
- Recepción de facturas: Puedes recibir facturas de una manera centralizada.
- Legalidad: Todas nuestras soluciones tienen plena validez legal internacional.
- Seguridad: Nuestros sistemas cumplen con estándares de calidad que hacen que tus datos estén totalmente seguros.



Brais Méndez
docuten

@braismendez

www.docuten.com

EL BLOG DE...

VÍCTOR CANDEL

Dirección:

<https://victorcandel.com/>

Talent Acquisition Specialist •

Especialista en Reclutamiento 2.0, Employer Branding
y Transformación Digital.

Un blog de Recursos Humanos y Empleo, donde podrás
conocer cómo establecer tu estrategia de búsqueda de
empleo y cómo afrontar con éxito las diferentes fases
de un proceso de reclutamiento y selección.



...LIBROS

RELATOS HUMANOS

LID EDITORIAL



Dirección:

<http://www.lideditorial.com>

Un escenario ficticio con muchas emociones reales
como protagonistas de las decisiones del día a día de
las organizaciones.

Relatos Humanos cuenta la historia de cómo viven los
empleados y directivos la aventura de un negocio al
que no le queda más remedio que adaptarse al cambio
para no desaparecer, donde el clima es tenso y no
dejan de sucederse situaciones tan habituales como
despidos, promociones, prejubilaciones, etc.

Diez autores: Manuel Pozo, Rosa Allegue, Carlos Cid,
Luis Expósito Rodríguez, Ana López Seisdedos, Tomás
Otero Pino, Lorenzo Rivarés Sánchez, Enrique M^a
Rodríguez Balsa, Julio Rodríguez Díaz, Juanjo Valle-
Inclán, Juan Antonio Esteban



EVENTOS DE RECURSOS HUMANOS

Trainers for the future

Asociación Trainers For The Future
5-6 de octubre
Santiago de Compostela
<https://trainersforthefuture.com/>



FIVE 2018

Emociona - U.NA Group
6 de octubre
Coruña
<https://www.hrinnovationsummit.com/>

FIVE
INSPIRATION
FORUM 2018

Daniel
GOLEMAN
INTELIGENCIA EMOCIONAL

www.inspirationfive.com
6OCT. PALEXCO · A CORUÑA

II Humanos en la Oficina

Movimiento Humanos en la Oficina
18 de octubre
Madrid
<https://www.miguelangelperezlaguna.com>

#Humanos
EN LA OFICINA

Impulsando el #talento a través de los
#humanos que dan vida a la empresa

Conferencias y Eventos de Impacto real en el día a día

VEINTE

RECURSOS HUMANOS

—
EDICIONES MLG

WWW.MARIOLOPEZGUERRERO.COM

OCTUBRE
2018