

El Mobile World Congress se asienta en Barcelona y se centra en la conectividad inteligente

PÁG. 22

Los premiados en los 'Digital Talent' enfatizan el poder de la creatividad

PÁGS. 24 a 26



Opinión

Una 'guerra' que reforzará el comercio mundial

Por **Mohamed A. El-Erian** Economista jefe de Allianz PÁG. 4

Las lecciones que Airbus y la UE deberían aprender

Por **Matthew Lynn** Strategy Economics PÁG. 5

Impuestos como arma electoral

Por **Carlos Cruzado** Técnicos del Ministerio de Hacienda (Gestha) PÁG. 6

LA VIVIENDA A FONDO

El precio de los pisos seguirá al alza los próximos tres años

Los expertos prevén que este ejercicio el aumento sea de entre el 5% y el 6%

Tras superar una dura crisis, la vivienda ha vuelto a convertirse en un valor refugio para los grandes y pequeños inversores en España, donde cuatro de cada cinco euros

invertidos se destinan al ladrillo. El elevado potencial de la vivienda como foco inversor se va a mantener, al menos, otros tres años más, según las estimaciones de los direc-

tivos de las principales inmobiliarias y promotoras del país, que creen que los precios de las casas seguirán subiendo, si bien de forma más moderada. Dejando atrás un 2018

de cifras históricas para la vivienda, este 2019 se plantea también como un año con una subida estimada de los precios de entre el 5 por ciento y el 6 por ciento. PÁGS. 7 a 11

Unicaja descarta una guerra de opas con Abanca por Liberbank

No pagará un precio que no sea atractivo

El interés de Abanca por adquirir Liberbank no altera la hoja de ruta de Unicaja en sus planes de fusión con el banco asturiano. El malagueño, no obstante, solo afrontará la integración si considera que el canje es positivo para sus accionistas. PÁG. 19

Ecobolsa

EL EUROESCEPTICISMO DEVOLVERÁ EL EURO MÍNIMOS DE 2016

DOS DE CADA TRES EXPERTOS VEN MÁS SUBIDAS EN BOLSA

Los 17 gestores y firmas de análisis consultados por 'elEconomista' contemplan menos potencial en la renta fija

Moncloa prevé que la mitad de las nucleares cierre en 2030

Movilizará 236.000 millones de inversión para duplicar el peso de las energía renovables, cerrar el carbón y reforzar la eficiencia

El Gobierno ha fijado el cierre de las centrales de carbón para el año 2030 y el de las nucleares entre 2025 y 2035, con la intención de avanzar en el desarrollo de las renovables al tiempo que se redu-

cen las emisiones de gases de efecto invernadero. Para el Ejecutivo, el plan de medidas planteado permitirá rebajar la tarifa un 12 por ciento antes de impuestos y salvar 2.222 vidas hasta 2030. El Gobier-

no frena también la prohibición del coche de combustión. PÁGS. 12 a 15

ARTÍCULO DEL DIRECTOR

La triste derrota de Ribera PÁG. 2



Para el trader que quiere estar a solas con los mercados



La ejecución que se merece, con una plataforma rápida y altamente intuitiva. Descubra más en IG.com

Los CFD son instrumentos complejos y están asociados a un riesgo elevado de perder dinero rápidamente debido al apalancamiento. El 81% de las cuentas de inversores minoristas pierden dinero en la comercialización con CFD con este proveedor. Debe considerar si comprende el funcionamiento de los CFD y si puede permitirse asumir un riesgo elevado de perder su dinero.

Dia ofrece a LetterOne suspender la ampliación

A cambio de que inyecte 100 millones para evitar la quiebra PÁG. 16



Salón de Ginebra: la gran cita del motor a nivel mundial

El evento coincide con el Coche del Año en Europa PÁGS. 36 a 42



EL UNIVERSAL

EL GRAN DIARIO DE MÉXICO

El dinero en efectivo sigue reinando en México: supone el 6% del tamaño de la economía PÁG. 28

Empresas & Finanzas Gala de los Terceros Premios 'Digital Talent'



PREMIADOS Y JURADO. De i. a d.: Maite Sáenz, dir. de ORH; José M^a García, dir. de Relaciones Laborales de Mahou San Miguel; Arantxa Alonso, dir. general de XMoba; Javier Martín, dir. de RRHH de Google; Estela González, head of Strategy & Operations de XMoba; Ainhoa Cejudo, digital Challenge & ITC Strategy; Francisco Puertas, dir. ejecutivo de Accenture Strategy-Talent and Organization; Luis Navarrete, dir. de Tecnologías de la Información Suez Spain; Javier Rodríguez Zapatero, presidente de ISDI; Luz Rello, fundadora de Change Dyslexia; Pilar López, presidenta de Microsoft; Engracia Hidalgo, consejera de Economía de la Comunidad de Madrid; Marc Calero, dir. de Planificación Estratégica de Personas de Banco Sabadell; Daniel Calvo, dir. de Estrategia y Desarrollo de Soluciones, Talento y Cultura de BBVA; David Calle, consejero delegado de Unicoos; Irene Cano, dir. de Facebook en España y Portugal; Juan Pedro Moreno, presidente de Accenture; Miguel Vergara, digital Strategy Lead de Accenture Iberia; Pablo Caño, consejero delegado de Ecoprensa; Sarah Harmon, directora de LinkedIn en España y Portugal; Amador Ayora, dir. de 'elEconomista'.

La calidad y el número de proyectos aúpan la III Edición de los Premios 'Digital Talent'

Hildago apostó por implicar y educar a los trabajadores en “la cultura del cambio” siempre con ética

elEconomista MADRID.

La transformación digital ha llegado para quedarse y cada vez son más las empresas que están apostando fuertemente por ella, tanto como una parte de su negocio, como una estrategia en sí misma. En este contexto, se celebró el pasado miércoles la Tercera Edición de los Premios Digital Talent, en una gala organizada conjuntamente por Accenture y elEconomista, en colaboración con el Observatorio de Recursos Humanos (ORH), en el Matadero de Madrid.

El jurado coincidió en que esta edición se ha caracterizado por un incremento en el número de proyectos presentados –unas 60 candidaturas–, triplicando así la cifra de la primera edición, celebrada hace ya tres años. Además, estas candidaturas, que han llegado de 16 sectores económicos distintos, son mucho más avanzadas que las presentadas años atrás.

La gala contó con la presencia de Engracia Hidalgo, consejera de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid. Hidalgo abogó durante su intervención por la necesidad de avanzar hacia la integración digital tanto en la vida privada como laboral de las personas



Engracia Hidalgo, consejera de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid. REPORTAJE FOTOGRÁFICO: NACHO MARTÍN Y DANIEL G. MATA

con el triple objetivo de alcanzar el progreso, el bienestar y la creación de empleo en el futuro. No obstante, destacó que esta cuarta revolución industrial, en ningún caso, debe generar menos oportunidades para los empleados.

Por ello, Hidalgo apostó por la necesidad de implicar y educar a las personas en “la cultura del cambio” y siempre bajo los principios

El jurado recibió 60 proyectos de gran calidad, triplicando así la cifra de la primera edición

de la ética. “Tenemos la obligación de preservar a los sectores de la población de las malas prácticas y, especialmente, en la infancia y la adolescencia, velar por la seguridad, la intimidad y el derecho a la información veraz”, concluyó la consejera madrileña.

El consejero delegado de Ecoprensa, Pablo Caño, destacó en su discurso de apertura de la gala cuál es el reto actual al que se enfrentan los medios de comunicación en plena

transformación digital. Caño reconoció que, tras la crisis económica, los medios han transitado un camino que ha pasado de vender la información, a través de la prensa de papel, a regalarla en Internet. El objetivo ahora es volver a cobrar por la información. “2019 es el año en el que muchos medios se enfrentarán al temido muro de pago, ¿cómo vamos a hacer que la gente pague y cómo los vamos a fidelizar?, cuestionó. “El desafío de la prensa no es tecnológico, sino crear valor, y para ello es imprescindible contar con más talento y no menos”, matizó.

Francisco Puertas, managing director de Accenture Strategy-Talent and Organization, puso el broche a los premios animando a las empresas a seguir participando en la próxima edición de 2020. Puerta recordó que la transformación tecnológica no solo está llegando a las grandes empresas, también a las pymes. Así, puso el énfasis en la necesidad de cambiar el ADN de las compañías para lograr que sean digitales. Este cambio de ritmo va a depender muy especialmente del papel que tienen los empleados. “Desde Accenture estamos convencidos de la importancia de ayudar a nuestros empleados a sacar su mejor versión de sí mismos y su perfil digital”, destacó.

Gala de los Terceros Premios 'Digital Talent' **Empresas & Finanzas**

Daniel Calvo, director de Estrategia y Desarrollo de Soluciones, Talento y Cultura de BBVA, recibió el 'Premio Global'.



José María García, director de Relaciones Laborales de Mahou San Miguel, recibió el 'Premio a la gestión del talento y empleado digital'.



Luis Navarrete, director de Tecnologías de la Información Suez Spain, recibió el 'Premio transformación cultural y estilo de liderazgo en la era digital'.

BBVA, Mahou, Suez, Xmoba y Luz Rello, los galardonados de 2019

Representantes del jurado debatieron en la gala sobre la revolución digital

elEconomista MADRID.

BBVA, Suez, Xmoba, Mahou San Miguel y Luz Rello protagonizaron el pasado miércoles el palmarés de la Tercera Edición de los Premios Digital Talent, evidenciando la puesta en valor del tejido empresarial español por la eficiencia, el reconocimiento del talento y la creatividad, y la necesidad de avanzar de la mano con los empleados hacia el camino del éxito.

El Premio Global de los Digital Talent correspondió a BBVA, banco que estuvo representado por Daniel Calvo Gan, Head of Strategy & Solutions Development, Talent & Culture. El jurado valoró el proceso de transformación iniciado por la entidad financiera, basado en la creación de equipos multidisciplinares con plena autonomía y capacidad de ejecución para gestionar de principio a fin los trabajos de los que son responsables.

Los trofeos de la categoría Digital Adopter –dirigido a empresas que nacieron en un mercado más tradicional y que se encuentran actualmente inmersas en un proceso de transformación digital–, correspondieron al grupo industrial Suez y a la cervecera Mahou San Miguel.

El palmarés de los líderes digitales

Premio Global:

El BBVA recibió el galardón por su programa 'Agile en Talento y Cultura'.

Premio Transformación cultural y estilo de liderazgo:

El proyecto Terranova by Synectic, de Suez.

Premio Gestión del talento y empleado digital:

Mahou San Miguel, por el proyecto 'Contigo'.

Premio Digital Lead:

Luz Rello, investigadora y fundadora de Change Dyslexia.

Pure Digital:

XMoba Ventures.

El primero de ellos reconoció la Transformación cultural y el estilo de liderazgo en la era digital, trofeo que recibieron Ainhoa Cejudo y Luis Navarrete, Digital Challenge & ICT Strategy y CIO de Suez Spain & ICT Strategy Director, respectivamente. En este caso, se premió el espíritu crítico y no aversión al ries-



Luz Rello, investigadora y fundadora de Change Dyslexia, 'Premio Digital Lead'.



Arantxa Alonso, directora general ejecutiva de XMoba, recibió el 'Premio Pure Digital'.

go de Suez, con capacidades corporativas que les ayudan a adaptarse al continuo cambio de forma ágil.

El premio a la Gestión del talento y empleado digital fue recogido por José María García, director de Relaciones Laborales de Mahou San Miguel. El jurado distinguió el valor de la reciente puesta en marcha de la nueva plataforma digital de la empresa para ofrecer una visión de todas las áreas de interés para las firmas que forman la compañía.

Puramente digitales

En la categoría Pure Digital, dirigido a empresas, startups y organizaciones digitales, el premio correspondió a Xmoba Ventures, compañía independiente de Seat, que estuvo representada por Arantxa Alonso, managing director de la firma de soluciones digitales. En este caso, se reconoció el nuevo modelo de organización que potencia el emprendimiento y la flexibilidad.

Finalmente, el galardón Digital Lead fue a manos de Luz Rello, fundadora de Change Dyslexia. La investigadora, que ha promovido una entidad que pretende reducir las tasas de abandono escolar debidas a la dislexia, ha recibido numerosos premios entre los cuales están la *Lista Forbes 30 under 30* en 2017 y el Premio de la Fundación Princesa de Girona 2016.

“El problema de la dislexia es que no se detecta lo suficiente y que superarla es muy difícil, porque las afecciones son muy personalizadas en cada individuo y ade-

Empresas & Finanzas Gala de los Terceros Premios 'Digital Talent'

>>> Viene de la página anterior

más la solución es muy cara", remarcó. De esta forma, la ganadora del premio de líder digital explicó que su trabajo busca acercar la solución a las personas a través de la ciencia.

El debate de los expertos

Una de las novedades de esta gala fue que esta Tercera Edición de los Premios Digital Talent contó por primera vez con cuatro mesas de debate protagonizadas por ocho de los diez miembros del jurado, grandes expertos y conocedores del mundo de la transformación digital de las compañías.

Juan Pedro Moreno, presidente de Accenture España, Portugal e Israel, y Pilar López, presidenta de Microsoft España, protagonizaron la primera conversación sobre *Próximos retos de la transformación digital*. En este sentido, ambos destacaron que el capital humano es el elemento más relevante en el proceso de digitalización empresarial. Creatividad e intuición son valores que cotizarán al alza en un entorno en el que los humanos y los robots estarán llamados a compartir el mismo espacio de trabajo e incluso convivir bajo el mismo techo del hogar.

Juan Pedro Moreno animó a los asistentes a adaptar los negocios a la nueva economía para crear nuevas fuentes de ingresos. El primer ejecutivo de Accenture España apuntó tres fenómenos imparables que están marcando el destino de la sociedad digital: la irrupción de la voz, la inteligencia artificial y la convivencia con las máquinas. Moreno denunció que la Administración hace poco por cambiar la universidad y la formación profesional.

Por su parte, la presidenta de Microsoft España destacó la gran velocidad de los cambios que conduce a la necesidad de "estar siempre aprendiendo", lo que genera una dinámica que no entiende de estructuras y jerarquías, algo a lo que no estamos acostumbrados.

A la caza del talento

Marc Calero, director de Planificación Estratégica de Personas de Banco Sabadell, y Javier Martín, director de RRHH de Google, conversaron en la segunda mesa sobre *Los Recursos Humanos del mañana*. Calero destacó que estos departamentos están ante un reto mayúsculo y sus responsables deben desarrollar capacidades para entender cuál es el talento que necesitan las empresas para desarrollar su negocio. A su par, consideró que las compañías también deben fomentar el desarrollo de las personas, incrementar el compromiso de los empleados con la propuesta de marca y desarrollar comportamientos adecuados.

Javier Martín destacó que los directores de Recursos Humanos van a cambiar bastante y su fun-



Pilar López (i), presidenta de Microsoft, y Juan Pedro Moreno, presidente de Accenture España, Portugal e Israel.



Javier Martín (i), director de RRHH de Google, y Marc Calero, director de Planificación Estratégica de Personas de Banco Sabadell.



Javier Rodríguez Zapatero (i), presidente de ISDI, y David Calle, fundador y consejero delegado de Unicoos.



Sarah Harmon (i), directora de LinkedIn de España y Portugal, e Irene Cano, directora de Facebook en España y Portugal.

“ Los poderes públicos hacen poco por cambiar la universidad y la FP”

Juan Pedro Moreno
Presidente de Accenture Iberia e Israel

“ La transformación digital no entiende de estructuras ni jerarquías”

Pilar López
Presidenta de Microsoft

“ El director de RRHH va a estar muy condicionado por la tecnología”

Javier Martín
Director de RRHH de Google

“ Las empresas deben fomentar el desarrollo de sus empleados”

Marc Calero
Dir. P. Estr. y de Personas de Sabadell

“ El futuro de la educación pasa por destruir el sistema que hay ahora”

Javier Rodríguez Zapatero
Presidente de ISDI

“ Es más importante ser buena persona que sacar buenas notas”

David Calle
Consejero delegado de Unicoos

“ Los trabajadores son una nueva oportunidad de hacer RRPP”

Sarah Harmon
Directora de LinkedIn España y Portugal

“ Hay que crear entornos para facilitar el diálogo entre generaciones”

Irene Cano
Dir. de Facebook España y Portugal

ción va a estar muy condicionada por la tecnología. Consideró que los departamentos no van a desaparecer, pero sí van a estar más cercanos a los líderes del negocio que a los empleados.

Finalmente, destacó que un punto de inflexión relevante será lograr una cultura de negocio ético. Ante la convivencia de los robots y las nuevas tecnologías, Javier Rodríguez Zapatero, presidente de ISDI, se preguntó qué hay que hacer para que los niños de ahora puedan tener trabajo en el futuro. Al no encontrar una respuesta inmediata, el directivo recomendó tumbar el sistema educativo vigente para construirlo de nuevo.

En su opinión, “el futuro de la educación debe pasar por destruir el sistema de educación actual casi de forma radical, desde los profesores, contenidos y materias”. Rodríguez Zapatero destacó que “venimos con defecto de fábrica, ya que las personas pensamos de manera lineal en un futuro que evoluciona a velocidades exponenciales”. David Calle, fundador y consejero delegado de Unicoos, abogó por enseñar a los jóvenes a trabajar en equipo, infundiendo el valor del espíritu de trabajo, la empatía y el esfuerzo. “Más importante que sacar buenas notas es ser buena persona”, indicó el experto, para proponer que en las escuelas se comience a introducir la tecnología y permitan el uso de los teléfonos inteligentes.

El papel clave del empleado

Finalmente, la última mesa sobre *La transformación en clave social* contó con Sarah Harmon, directora de LinkedIn para España y Portugal, e Irene Cano, directora de Facebook para España y Portugal. Harmon señaló que el futuro de la comunicación social viene de los usuarios, de lo que demandan y no de los desarrolladores de la compañía de Silicon Valley.

Asimismo, quiso recordar que los perfiles sociales de los empleados no pertenecen a las empresas y, por tanto, éstas no pueden obligarles a usarlos, sino intentar que les acompañen en el viaje e involucrarles en el negocio. “Las fuentes de comunicación de más confianza de las empresas primero son los consejeros delegados; segundo, los empleados y tercero, los directores de comunicación. Debemos ver a los trabajadores como a una oportunidad de hacer las nuevas relaciones públicas”, dijo.

En su intervención, Irene Cano aseveró que la comunicación en las empresas está cambiando muy rápido, porque la mayor parte de las personas que se incorporan al ámbito laboral son *millennials* o de generaciones anteriores que se relacionan de forma distinta. “Vamos a experimentar la diversidad generacional y las compañías tendrán la responsabilidad de crear entornos que permitan esa comunicación”, señaló.