



Eleanor Mills

EMPRENDEDOR/FUNDADOR · PERIODISTA

Las empresas pierden a las mujeres en puestos de responsabilidad de entre cuarenta y cincuenta años justo en el momento en que su experiencia es más valiosa, y luego se dirigen a ellas como si estuvieran a punto de jubilarse. El coste se nota por partida doble: por un lado, en las canteras de talento que se agotan por debajo del nivel directivo; y, por otro, en las marcas que dejan de lado al segmento demográfico femenino con mayor poder adquisitivo del mercado. La mayoría de los equipos directivos carecen de un modelo eficaz para abordar cualquiera de estos problemas.

Eleanor Mills es periodista, escritora y fundadora de Noon, donde ayuda a las organizaciones a comprender el talento, la cultura y la realidad de consumo de las mujeres de entre 45 y 60 años.

biografía de Eleanor Mills 2026

Por qué las organizaciones colaboran con Eleanor Mills

- Ha creado la base de datos más detallada del Reino Unido sobre mujeres de los grupos ABC1 de entre 45 y 60 años, incluyendo investigaciones en colaboración con HSBC sobre mujeres emprendedoras de mediana edad y con Accenture sobre el poder económico de las mujeres mayores de 45 años.
- Denomina «Queenager» a una categoría que la mayoría de las juntas directivas siguen tratando como una nota al pie de página, y ofrece a las empresas y marcas un vocabulario operativo para la retención del talento, la estrategia de marketing y el diseño de productos dirigidos a este grupo.
- Cuenta con 22 años de experiencia editorial en The Sunday Times, incluyendo la dirección de la revista cuando ganó el premio «Suplemento del Año» en los Press Awards de 2018, lo que dota a su trabajo de comunicación con altos directivos de una auténtica maestría.
- Su libro, Much More to Come (HarperCollins, 2024), convierte la transición de la mediana edad en una historia de liderazgo sobre la reinención tras el despido, el divorcio y las responsabilidades de cuidado, las mismas presiones que las organizaciones no están teniendo en cuenta en sus diseños.
- Convoca a una comunidad de 50 000 personas en Noon, lo que significa que su visión se renueva continuamente gracias a la propia audiencia, y no se basa en un estudio puntual.

Aspectos destacados de su biografía

- Fundadora y redactora jefe de Noon (noon.org.uk), lanzada el 8 de

DISPONIBLE PARA

- Conferencias

TEMAS DE CONVERSACIÓN DE ELEANOR

- Bienestar del empleado
- DEI (Diversidad, Equidad e Inclusión)
- Estrategias para retener el talento
- Experiencia del cliente y marketing
- Liderazgo inclusivo
- Narrativa y comunicación empresarial

IDIOMAS: Inglés

marzo de 2021.

- Exdirectora editorial de The Sunday Times y editora de The Sunday Times Magazine, de 1998 a 2020.
- Presidenta de Women in Journalism, de 2013 a 2021.
- Autora de Much More to Come (HarperCollins, 2024), un éxito de ventas del Sunday Times; coeditora de Cupcakes and Kalashnikovs (2005).
- Galardonada con el premio World of Difference de la International Alliance for Women (2012); editora del Suplemento del Año de los Press Awards (2018).
- Colaboraciones de investigación con HSBC (Fearless and Thriving) y Accenture (The Rise of the Queenager).

Biografía

El grupo demográfico femenino más activo económicamente en Gran Bretaña es también el que tiene más probabilidades de abandonar puestos de alta dirección antes de alcanzar la cima. Las mujeres de entre 45 y 60 años disponen de ingresos disponibles, poder de decisión en el hogar y décadas de experiencia profesional, pero los empleadores y las marcas de consumo subestiman sistemáticamente tanto su peso comercial como su voluntad de permanecer en sus puestos.

Esta es la brecha que Eleanor Mills ha pasado los últimos cinco años documentando. Tras 22 años en Times Newspapers, donde dirigió The Sunday Times Magazine cuando ganó el premio al Suplemento del Año en los Press Awards de 2018, se marchó en marzo de 2020 y fundó Noon el Día Internacional de la Mujer de 2021. Noon es ahora una comunidad de 50 000 miembros y una plataforma de investigación, con estudios en colaboración con HSBC sobre mujeres emprendedoras de mediana edad y con Accenture sobre el poder económico de las mujeres mayores de 45 años.

Su libro Much More to Come (HarperCollins, 2024) amplía ese argumento al terreno de la reinención. Se basa en su propio despido y en las presiones que describen sus lectoras: la menopausia, el divorcio, el síndrome del nido vacío, el cuidado de padres mayores, las segundas carreras. El libro replantea la mediana edad como una etapa productiva en torno a la cual las organizaciones deberían diseñar sus estrategias, en lugar de descartarla.

Para un comprador sénior, el valor es claro. Ella proporciona a la junta directiva el vocabulario, los datos y la agudeza editorial necesarios para actuar sobre un segmento de la plantilla y de los consumidores que la mayoría de los planes estratégicos tratan como un error de redondeo.

Temas clave de las conferencias

- Las mujeres en la mediana edad como categoría de talento y de consumidoras
- Retención de las mujeres de alto nivel durante la menopausia y los años de cuidados
- Reinventarse tras el despido y las interrupciones profesionales
- Estrategia de marketing y de marca para mujeres mayores de 45 años
- La narración personal en la comunicación de liderazgo
- Resiliencia en la transición

Ideal para

- Directores de RR. HH. y responsables de talento que diseñan

estrategias de retención para mujeres en puestos de alta dirección

- Directores de marketing y responsables de marca que se dirigen a las consumidoras mayores de 45 años
- Consejos de administración que revisan la diversidad, la equidad y la inclusión (DEI) y la cultura más allá de las vías de acceso y de desarrollo profesional
- Programas de liderazgo para mujeres que atraviesan transiciones profesionales y vitales entre los cuarenta y los cincuenta años

Resultados para el público

- Una definición práctica de la categoría «Queenager» y de lo que la hace comercialmente distintiva
- Puntos de intervención específicos en los que las organizaciones pierden a las mujeres en puestos de alta dirección, y qué cambia la tendencia
- Evidencia extraída de la investigación realizada en colaboración con HSBC y Accenture, no argumentos genéricos sobre DEI
- Un replanteamiento de la transición de la mediana edad como una historia de liderazgo y reinención, en lugar de un tema de bienestar

Eleanor Mills's 2026 charlas & temas

Dirigirse al superconsumidor

Una charla basada en datos sobre el poder adquisitivo y el comportamiento de las mujeres de entre 45 y 60 años frente a las marcas.

Puntos clave:

- El tamaño y el peso económico de las consumidoras de mediana edad en comparación con los grupos demográficos más jóvenes
- En qué aspectos la estrategia actual de marcas y productos interpreta erróneamente a este público
- Implicaciones prácticas para el marketing, la segmentación y el posicionamiento de categorías

La reinención es una crisálida

Una charla sobre la transición de la mediana edad como una etapa productiva de la carrera profesional y la vida, basada en el libro *Much More to Come* y en los datos de la comunidad de Noon.

Puntos clave:

- Los puntos de presión recurrentes de la mediana edad: el despido, el divorcio, la menopausia y las responsabilidades de cuidado
- Cómo pueden las organizaciones adaptarse a estos momentos en lugar de perder a sus empleados a causa de ellos
- Cómo se manifiestan en la práctica la resiliencia y la reinención en el caso de las mujeres de

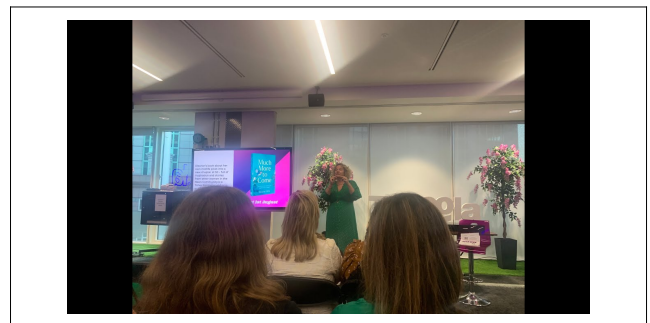
La canción de nosotros mismos

Una charla sobre la narración personal como herramienta de comunicación profesional en contextos de liderazgo híbrido y de alto nivel.

Puntos clave:

- Por qué la narrativa tiene peso en la comunicación de liderazgo
- Cómo desarrollar una historia personal que resulte convincente en un entorno laboral de alto nivel
- Técnicas de redacción para lograr claridad y credibilidad en la comunicación oral

Eleanor Mills's Videos



Lo que dicen los clientes de Eleanor Mills

Una presentación magnífica y muy participativa; una ponencia brillante.

BT

Increíble. Nos encantó su discurso y nos inspiró.

CNN

Una ponencia magistral y magistral.

Fujitsu

Un orador cautivador y dinámico que capta la atención y siempre deja al público con ganas de más.

FT

ÚLTIMOS LIBROS DE ELEANOR



Mucho más por venir: «Cálido, ingenioso y sabio»: Cómo superar la crisis de la mediana edad y afrontar los altibajos de la menopausia, el síndrome del nido vacío, una segunda carrera profesional, las citas tras el divorcio y mucho más

Eleanor Mills's 2026 speaking fees

Las tarifas específicas se sitúan dentro de los márgenes indicados. Se presentan a título orientativo y están sujetas a cambios sin previo aviso.

	EUR	GBP	USD
País de origen	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Asia Pacífico	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Europa	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Oriente Medio y África	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Sudamérica	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Reino Unido	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Costa Este de EE.UU	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Costa Oeste de EE.UU	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Virtual	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000