

MERCADO LABORAL

Por qué escasean los perfiles digitales

Las empresas deben incorporar a expertos en los nuevos lenguajes tecnológicos para seguir creciendo. Sin embargo, las posiciones digitales no se llegan a cubrir debido a la falta de profesionales realmente cualificados que cuenten con varios años de experiencia. **Por Alba Casilda**

Encontrar perfiles digitales se ha convertido en una auténtica odisea para muchas empresas. Las compañías necesitan profesionales que lideren su transformación, pero lo cierto es que existe una gran escasez de expertos que dominen los nuevos lenguajes tecnológicos. De hecho, muchas veces las organizaciones tardan hasta varios meses en localizar al aspirante perfecto. La demanda de estos especialistas es una tendencia global. En ocasiones, se trata de candidatos que deben reciclarse y adquirir habilidades diferentes y en otras, incluso, se trata de profesionales totalmente novatos.

Según ISDI, la principal transformación que ha vivido el mercado no se define sólo en términos económicos, sino también tecnológicos. Internet ha creado un panorama global que ha cambiado la forma de actuar de las organizaciones. En el estudio *Mapa de profesiones digitales*, elaborado por esta escuela, se concluye que "la mitad de las empresas que habrá en 2020 aún no han nacido y, entre las más grandes, estarán compañías con menos de 20 años de historia. Todas ellas, eso sí, digitales".

Esta revolución ha sido tan rápida que las empresas han de incorporar de forma inmediata a estos perfiles para seguir creciendo. En este panorama, las organizaciones tienen el reto de definir bien el tipo de experto que necesitan, y los profesionales deben tunearse de arriba a abajo para avanzar al mismo ritmo que lo hace el mercado. El mundo digital ha traído nuevas oportunidades de empleo que hay que aprovechar.

Posiciones

Se estima que en España hay en torno a 350.000 puestos sin cubrir debido a la falta de perfiles con competencias digitales. "En general, las áreas con mayor demanda son marketing digital (39%), ecommerce (18%) y comunicación y contenidos (13%). Aunque los sectores de analítica, *big data* y desarrollo en soportes móviles son los que están experimentando un mayor crecimiento y que van a cambiarlo todo en los próximos años", explica Nacho de Pinedo, CEO de ISDI. Asimismo, añade que están apareciendo profesiones nuevas e híbridas. Muchas organizaciones buscan especialistas en el lenguaje digital que además cuenten con una preparación muy particular a caballo entre dos áreas. Por

RETRIBUCIÓN MEDIA DE LOS PERFILES MÁS BUSCADOS

PUESTO	DESCRIPCIÓN	SALARIO (euros brutos/año)
CDO/Digital manager	Responsable de estrategia digital	80.000-200.000
Chief information security officer (CISO)	Director de seguridad de la información	80.000-200.000
Digital communication director	Responsable de comunicación digital	60.000-120.000
E-commerce manager	Responsable de ecommerce	50.000-150.000
Digital marketing manager	Responsable de marketing digital	50.000-120.000
Big data & data intelligence analyst	Analista de 'big data' e inteligencia de datos	40.000-90.000
Visual data scientific	Responsable de visualización de datos de negocio	40.000-90.000
Digital analyst	Analista digital	40.000-60.000
Digital account manager	Ejecutivo de cuentas	40.000-55.000
Inbound marketing specialist	Experto en inbound marketing	37.000-45.000
E-recruitment manager	Responsable de reclutamiento digital	35.000-50.000
Social CRM manager	Responsable de relación digital con clientes	35.000-55.000
Customer intelligence analyst	Analista de inteligencia de clientes	33.000-50.000
Human resources analyst	Analista de recursos humanos	30.000-45.000
RTB manager	Responsable de conversión y captación programática	30.000-35.000
Digital transformation project manager	Responsable de proyectos digitales	28.000-40.000
Traffic manager	Responsable de tráfico web	28.000-38.000
Social media manager	Responsable de la estrategia medios sociales	27.000-60.000
SEM&SEO specialist	Experto en SEM&SEO	25.000-45.000
SEO specialist	Experto en SEO	25.000-45.000
Content manager	Responsable de contenido digital	25.000-40.000
Branded content specialist	Experto en contenido digital de marca	25.000-35.000
Copywriter	Experto en redacción publicitaria	25.000-35.000
E-commerce analyst specialist	Experto en analítica para comercio electrónico	25.000-35.000
Community manager	Responsable de gestión de comunidades y redes sociales	22.000-30.000

Fuente: Top 25 profesiones digitales 2017, elaborado por Inesdi Digital Business School con la colaboración de Incipit Digital Strategic Partner e Indigital Advantage.

ejemplo, los expertos en marketing y analítica son muy demandados, más aún si tienen conocimientos en la especialidad en la que opera en la empresa.

La demanda de estos perfiles es transversal y afecta a empresas de todos los sectores y tamaños. Turismo, viajes o moda fueron algunos de los primeros en llevar a cabo esta transformación, pero no hay que obviar a otros más tradicionales. "El agricultor de mañana nada tendrá que ver con el de hoy. Éste tendrá que usar apps para sacar un mayor partido de sus tierras. Lo mismo ocurre en el mundo jurídico. Por ejemplo, los abogados deberán trabajar con sistemas de inteligencia artificial", apunta Luis Miguel Olivas, gerente de emprendimiento y empleabilidad de Fundación Telefónica. Además, ningún rango puede prescindir de estos profesionales. Se reclaman para posiciones que van desde directivos hasta gestores de proyectos, pasando por estrategas y analistas.

Los reclutadores tienden a definir a estos perfiles como "talento digital". No sólo buscan unos conocimientos muy concretos, sino que también valoran una serie de competencias cruciales para poder moverse en el nuevo escenario. Según De Pinedo, son perfiles que han aceptado que estamos ante un nuevo paradigma y que

Los expertos se mueven de una empresa a otra según el proyecto en el que quieran trabajar

En algunos casos las organizaciones llegan a tardar varios meses en contratar al candidato perfecto

tienen capacidad para aprender e innovar en un entorno cambiante.

Escasez de profesionales

Cada vez más organizaciones son conscientes de las dificultades que existen para fichar a los nuevos perfiles digitales. Según Albert Corbella, *manager* de Spring Professional IT, esta situación se debe principalmente a tres razones: "En primer lugar, hay más demanda por parte de las empresas que oferta de perfiles realmente cualificados. Por otra parte, cada vez más compañías extranjeras crean aquí sus equipos, ya que la mano de obra es más barata que en el ámbito internacional. Aun así ofrecen un salario más alto que el que establecen las compañías españolas y así consiguen quedarse con los mejores profesionales. Por último, están naciendo una gran cantidad de *start up* tecnológicas que aumentan todavía más la demanda".

Según Olivas, es crucial resolver la clásica brecha que existe entre el mundo académico y el mercado laboral, y que en el panorama digital se hace todavía más evidente: "Las compañías demandan perfiles que todavía no existen y las universidades aportan profesionales que no interesan a las organizaciones".

Silvia Leal, experta en innovación y transformación digital, señala que

Profesiones novedosas en las compañías

Según el estudio 'Mapa de las profesiones digitales', elaborado por ISDI, estas son las posiciones que debe crear toda empresa para adaptarse al nuevo escenario:

● **'Chief data officer' (CDO):** Es el responsable de los datos empresariales y debe diseñar e implantar la estrategia de la compañía. Cuenta con conocimientos en analítica de datos, 'cloud' y 'big data'.

● **'Chief experience officer' (CXO):** Se encarga de la experiencia del cliente. Tiene que dominar herramientas de marketing y gestión de usuarios.

● **'Chief marketing officer' (CMO):** Implementa la estrategia digital de la empresa a través de los distintos canales.

● **'Chief information officer' (CIO):** Gestiona el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

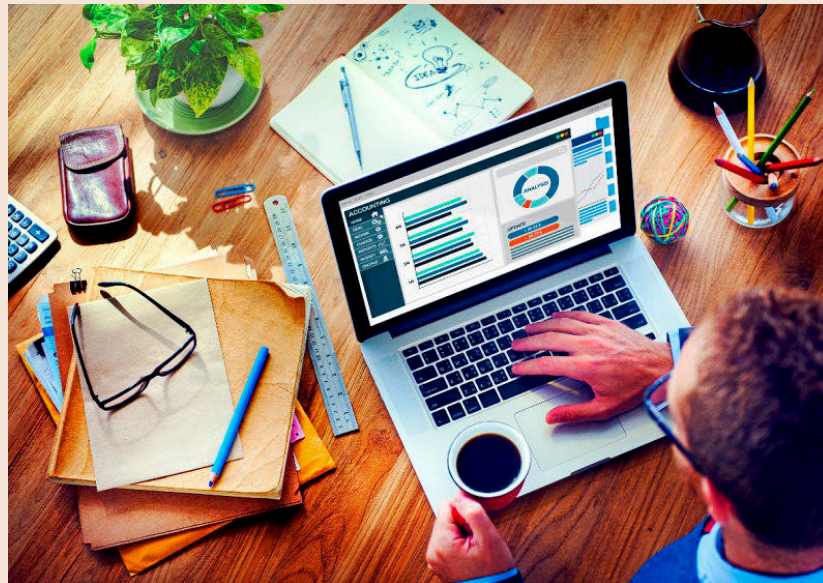
cada año surgen 150.000 vacantes nuevas relacionadas con el mundo TIC. Sin embargo, no se cubren. Sólo un 7% de los jóvenes opta por carreras tecnológicas y los profesionales actuales tardan mucho en reciclarse. "Existen muchos estereotipos acerca de las carreras STEM (ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas) y además los contenidos que se imparten en estas disciplinas suelen estar desactualizados", comenta Leal.

Además, las organizaciones están reclamando perfiles con varios años de experiencia en el mundo digital, algo que resulta muy difícil de encontrar. "Son puestos relativamente recientes y no abundan profesionales que hayan desarrollado una clara visión estratégica de las organizaciones de las que forman parte", admite Rubén Berrocal, responsable de equipo de Randstad Technologies.

Estrategia

"Apenas se está creando empleo neto en el mundo digital. De hecho, los pocos profesionales que hay se van moviendo de una compañía a otra según el proyecto en el que más les interesa trabajar", añade Corbella.

En este sentido, las empresas tienen la tarea de definir bien sus estrategias. Ahí se encuentra otra de las razones por las que cuesta tanto cubrir las vacantes digitales. En los últimos



Las compañías demandan perfiles profesionales que todavía no existen en el mercado.

años, se ha podido apreciar cómo muchas organizaciones no han sabido definir los roles que necesitaban, sus responsabilidades y su salario. “Muchas compañías están abordando el mercado digital sin tener una estrategia clara, algo que hace muy difícil determinar los objetivos de las nuevas posiciones y, por tanto, encontrar al candidato adecuado”, asegura Berrocal.

Como consecuencia, los perfiles más cualificados optan por empresas muy atractivas que son capaces de plantear proyectos innovadores e internacionales. Organizaciones como Amazon, Zalando, Wallapop o Airbnb son expertas en atraer a los profesionales más disruptivos. “Por ejemplo, entre una farmacéutica tradicional en plena transformación y una organización que ya ha nacido en el entorno digital, los profesionales se decantarán, sin duda, por la segunda. Estos especialistas tienen la oportunidad de elegir dónde trabajar”, recalca Sylvia Taudien, experta en captación de talento digital y cofundadora de Indigital Advantage.

Asimismo, la dificultad para encontrar a estos perfiles provoca que los procesos de selección tiendan a alargarse más de lo debido. “En una ocasión, estuvimos medio año buscando

En el mundo digital la brecha que existe entre la universidad y el mercado laboral es mucho mayor

Los profesionales mejor valorados pueden llegar a cobrar entre 80.000 y 200.000 euros

do un analista digital para una empresa de retail. Finalmente, tras no dar con el perfil idóneo la organización optó por formar a uno de sus empleados”, recuerda Taudien. Para la experta, instruir a los profesionales desde dentro de la compañía es importante. No obstante, considera que para cubrir posiciones estratégicas es crucial contratar a alguien de fuera que tenga una visión global y ofrezca un gran conocimiento sobre cómo transformar una organización.

Altos salarios

Todo indica a que la necesidad de estos perfiles seguirá creciendo en los próximos años. Así lo demuestra Taudien quien asegura que “hace dos años buscábamos un profesional a mes y ahora tenemos que localizar tres expertos a la semana”.

Sin embargo, a corto plazo parece que va a seguir habiendo una gran escasez de dichos perfiles. Esto hace que los pocos profesionales de este tipo que existen estén muy bien cotizados. Así, los más valorados pueden llegar a cobrar entre 80.000 y 200.000 euros brutos al año. Sin embargo, los expertos apuntan que se puede estar creando una burbuja la tendencia es que las retribuciones se terminen estabilizando.

Las empresas tecnológicas preferidas para trabajar

La semana pasada LinkedIn publicó su lista anual de las empresas favoritas de los profesionales estadounidenses para trabajar y las empresas tecnológicas dominan claramente esta clasificación.

- 1. Alphabet:** Multinacional de la que forma parte Google (72.000 empleados en el mundo).
- 2. Amazon:** Uno de los mayores ecommerce (341.400 empleados en el mundo).
- 3. Facebook:** Es la red social más grande del mundo, cuenta con 2.000 millones de usuarios al mes (17.000 empleados en el mundo).
- 4. Salesforce:** Es una empresa de 'cloud computing' que ofrece servicios de marketing y software (25.000 empleados en el mundo).
- 5. Uber:** Compañía que ofrece un sistema de transporte privado (12.000 empleados en el mundo).
- 6. Tesla:** Especializada en vehículos eléctricos (30.000 empleados en el mundo).
- 7. Apple:** Desarrolla algunos de los

productos electrónicos más populares (110.000 empleados en el mundo).

8. Airbnb: 'Marketplace' de alquiler de viviendas (2.000 empleados en el mundo).

9. Netflix: plataforma online para acceder a contenido audiovisual (3.200 empleados en el mundo).

10. Dell: Una de las mayores firmas desarrolladora de ordenadores (145.000 empleados en el mundo).

11. Workday: Plataforma para realizar transacciones empresariales (6.600 empleados en el mundo).

12. Twitter: Una de las mayores redes sociales (3.500 empleados en el mundo).

13. Adobe: Fabrica software basado en la nube (16.500 empleados en el mundo).

14. Oracle: Compañía de software que desarrolla bases de datos (135.000 empleados en el mundo).

Tendencias de la transformación

La transformación digital es la columna vertebral de la estrategia de cualquier empresa. Desde Incipity detallan que el año pasado muchas organizaciones ampliaron sus esfuerzos para adaptarse al nuevo escenario, pero aún quedan algunas rezagadas. Estas últimas, entre las que se encuentran en torno al 19% de las grandes empresas españolas, deben pisar el acelerador este año y trabajar en las siguientes tendencias:

- **Cultura digital:** Hay que implantar un entorno más innovador, conectado y flexible, que sitúe a los clientes en el centro de la organización.
- **Competencias digitales:** Se demandan nuevas habilidades digitales y se crean otras profesiones.

● **Múltiples generaciones:** Conviven cuatro grupos diferentes con distintas aspiraciones profesionales.

● **Realidad Virtual:** Esta tecnología impacta en áreas como el 'retail', recursos humanos o marketing.

● **Inteligencia artificial:** Según Gartner, en 2018 las 200 empresas más grandes del mundo desarrollarán aplicaciones inteligentes.

● **Experiencia del cliente interno y externo:** Las nuevas tecnologías deben ayudar a dar más importancia a los clientes y a los empleados.

● **Humanismo:** Hoy más que nunca se exige responsabilidad ética en cada actividad.