

ESPECIALIZACIÓN

España padece déficit de talento digital

Los perfiles relacionados con las nuevas tecnologías se sitúan entre los más buscados por las empresas. Es tan elevada su demanda, que hay más puestos de trabajo disponibles que profesionales preparados para cubrirlos, sobre todo, en el campo del 'big data'. **Por Noelia Marín**

Expertos en ciberseguridad, profesionales del marketing digital o analistas de datos son algunos de los perfiles profesionales más buscados actualmente por las empresas españolas. Y es que gran parte de las oportunidades laborales que surgen hoy en día en nuestro país están relacionadas con la transformación digital de las compañías. De hecho, según datos facilitados por la consultora tecnológica Everis, una de cada dos ofertas laborales que surgen en la actualidad está dirigida a perfiles STEM (acrónimo en inglés de *Science, Technology, Engineering y Mathematics*).

Este fenómeno choca de pleno con la realidad española. Históricamente, las carreras universitarias científico-técnicas no han despertado un gran interés entre los jóvenes de nuestro país, ya sea porque creían que eran más complicadas que otras disciplinas vinculadas al área social o de las humanidades o por falta de motivación.

Tanto es así que, según el estudio *El desafío de las vocaciones STEM 2019*, elaborado por el Ministerio de Educación, la cifra de alumnos matriculados en titulaciones técnicas cayó un 28% entre los años 2010 y 2017. Esto ha provocado una escasez de talento que preocupa a instituciones públicas y privadas. Por eso, durante los últimos años han aflorado iniciativas para animar a los jóvenes a desarrollarse en estos ámbitos.

"Los esfuerzos están dando resultado y vemos que ya hay muchos jóvenes que han decidido formarse en habilidades digitales o incluso reciclarse y dar un giro a su futuro", explica Selena Sabote, responsable de la división de Tecnología, Digital y e-commerce en la consultora Hays. Sin embargo, Sabote reconoce que sigue habiendo una gran brecha de género, sobre todo, en carreras técnicas como las ingenierías, donde más del 95% de los alumnos siguen siendo hombres.

Por su parte, Flora García, *head of People* de Everis, asegura que "el gran reto al que nos enfrentamos a día de hoy" es aunar las vocaciones humanísticas con las tecnológicas. "Así, conseguiremos formar a personas con capacidad de aportar su talento tecnológico, pero sin dejar de lado sus habilidades más sociales: la resiliencia, la adaptación a los cambios o la mentalidad de superación", añade.

Los expertos consultados coinciden en que los estudios que más interés están despertado entre los alumnos son aquellos que guardan relación con el *big data* (tanto desde el punto de vista técnico como del de negocio), la ciberseguridad y el marketing digital. Y no solo entre los más jóvenes. Se observa un nuevo fenómeno: profesionales sénior con una larga trayectoria en diversos ámbitos también se forman en análisis de datos y están dispuestos incluso a renunciar a parte de su sueldo o de sus responsabilidades para introducirse en este mundo.

Además, en este caso sí coinciden las disciplinas que más interesan a los



Para los expertos, la brecha de género en las carreras científico-técnicas es preocupante: todavía a día de hoy el 95% de los alumnos matriculados son hombres.

Más asignaturas tecnológicas en primaria

Solucionar la escasez de profesionales tecnológicos en España es una tarea ardua, en la que tienen que trabajar conjuntamente todo tipo de instituciones. Según Flora García, *head of People* de Everis, habría que modificar el sistema educativo para que los niños estudiaran más materias tecnológicas desde primaria y orientar a los educadores para que sean capaces de despertar más vocaciones STEM. Por su parte, Lorena Blasco-Arcas, profesora titular de ESCP y experta en marketing digital, recuerda que es muy importante concienciar y fomentar esas habilidades –sobre todo, entre las niñas– desde que son pequeñas para terminar con la brecha de género que afecta al sector. "Existen una serie de

barreras culturales aprendidas que hacen que la incorporación de la mujer a este tipo de sectores esté muy limitada", sentencia. Además, considera que para fomentar el interés por desarrollar carreras digitales entre los más jóvenes habría que trabajar para acabar con los prejuicios que rodean a estas disciplinas. El objetivo es que los alumnos dejen de considerar que las carreras técnicas son difíciles o que el acceso es muy complicado. "No se enfatiza lo suficiente en el componente de disfrute del aprendizaje", añade. Durante los últimos años, en esta escuela sí han notado un mayor interés hacia los másteres vinculados al marketing y los medios digitales, el *big data* y la analítica de negocio.

alumnos con las más demandadas por los departamentos de recursos humanos. Según la experta de Hays, son muchas las empresas que están contratando perfiles digitales, sobre todo *start up*, compañías del sector del gran consumo, farmacéuticas o firmas automovilísticas. Concretamente, entre los puestos más buscados figuran los de responsable de e-commerce, especialista en marketing digital o *branded content* y todo tipo de expertos en ciberseguridad. Y esta tendencia seguirá aumentando

Los especialistas en marketing digital o en 'branded content' también figuran entre los más buscados

en 2021. Desde Everis esperan que los ingenieros de software figuren entre los perfiles más buscados.

Pero la demanda de profesionales está siendo tan alta, sobre todo tras la llegada del Covid-19, que muchas empresas tienen dificultades para encontrar talento preparado para cubrir sus vacantes disponibles, especialmente, en lo relacionado a la analítica de datos. Así lo asegura Enrique Benayas, director de Icemd, el Instituto de Economía digital de ESIC: "A pesar de que empieza a haber más interés

por parte de los alumnos por formarse en este campo, todavía es mucho mayor la oferta de puestos de trabajo que los profesionales disponibles".

Según explica la portavoz de Hays, en esto también influye que ciertas compañías exigen muchos años de experiencia, algo difícil de encontrar en España dada la reciente creación de este tipo de puestos de trabajo. Y a esto se suma que hay compañías que exigen disponer de un título universitario específico. "Para discernir entre un perfil potente de uno que no lo es, suelen hacer pruebas técnicas a los candidatos", cuenta Sabote.

Las escuelas de negocios figuran entre las instituciones educativas que más rápido están reaccionando a esta necesidad de las empresas. En el caso de ESIC, Benayas asegura que "todos los programas, se llamen como se llamen, tienen el componente digital integrado". Más allá de que también ofrezcan títulos centrados en distintos aspectos de la digitalización, como su Máster en Marketing Digital o su grado en *Digital Business*. Además, Benayas lanza una advertencia a todos aquellos que quieran formarse en alguno de los ámbitos relacionados con la digitalización: al calor de la elevada demanda de este tipo de formación, han surgido cursos y centros educativos de poco rigor, algo ante lo que los alumnos deben estar alerta.