

SE BUSCA TALENTO

# Financieros y digitales, dos perfiles al alza

Profesionales de la banca, ingenieros de caminos e industriales y directivos en marketing son algunos de los candidatos más apreciados en el mercado. Sin olvidar los expertos en economía digital, para liderar la transformación tecnológica de las empresas. **Por M. J. G Serranillos y B. Treceño**

Concluida la reestructuración del sector bancario y la etapa de las grandes fusiones, la banca vuelve a ser uno de los grandes empleadores del país. Casi una de cada cuarenta personas en España vive directa o indirectamente de este negocio que, aunque todavía está lejos de ser lo que fue hace una década, hoy vuelve a ofrecer un empleo más o menos estable, salarios significativamente altos –en comparación con la media nacional– y ciertas oportunidades de promoción entre sus trabajadores.

Por esta razón, universidades y escuelas de negocios han puesto a punto sus másteres y postgrados financieros para especializar a sus alumnos en análisis estratégico y *big data*, las dos competencias más demandadas actualmente por el sector. Deusto Business School ya ha incorporado estas disciplinas a todos sus programas de postgrado en finanzas, marketing y estrategia. “Para los puestos más codiciados, como los departamentos de riesgos o de tesorería, se requieren titulaciones de postgrado y no sólo graduados en Economía. El grado ya no parece suficiente. Ahora en banca se busca un perfil muy cuantitativo: desde matemáticos hasta ingenieros o físicos”, argumenta Valentín Bote, director de Randstad Research.

La demanda de perfiles STEM (acrónimo en inglés de Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) aumentará en Europa en torno a un 14% en los próximos cuatro años, según un reciente informe de Randstad. Esto generará, según la compañía de recursos humanos, un importante desajuste entre la cualificación de los profesionales y las habilidades que solicitan las compañías, fenómeno que denominan *deficit of talent*. En el caso de España se prevé que el desajuste llegue a 1,9 millones de personas en 2020.

Se buscan ingenieros industriales, de caminos, de mantenimiento y de calidad, para los que se valoran cada vez más las capacidades analíticas, el dominio de idiomas y la experiencia en el extranjero. Estos profesionales buscan, a su vez, especializarse en el ámbito de la dirección. Como destacan desde la Escuela de Organización Industrial (EOI), “cuentan con una formación muy técnica y encuentran dificultades a la hora de desempeñar puestos directivos”.

El marketing es otra de las disciplinas que más empleo genera en España. El 15% de las ofertas de trabajo en 2015 correspondió a este

**Crece la brecha entre los requisitos que solicitan las compañías y la formación de los aspirantes**



Varios agentes de Bolsa se preparan para el inicio de una nueva jornada en el parque de Nueva York.

sector, según el citado informe, y la previsión es que la fuerte demanda continúe este año, sobre todo en puestos intermedios y de responsabilidad. La escuela de negocios Esade ofrece casi una decena de programas de marketing, especialmente solicitados en los últimos años. “El consumo privado es el principal motor de cualquier economía y una competitividad mayor obliga a las empresas a esforzarse por tener mejores productos y mejores fórmulas de venta”, recuerda el directivo de Randstad.

Las empresas buscan *brand managers* (directores de marca), *key account managers* (directores de cuentas) y *marketing managers* (directores de marketing), así como otras especialidades que hace diez años ni nos sonaban. Para fichar a los mejores profesionales en estas áreas la formación superior es fundamental y las compañías la aprecian especialmente. Según un estudio realizado por Adecco, el 16,3% de las ofertas relacionadas con puestos de marketing requiere aspirantes con un título de postgrado.

Uno de los centros de referencia en programas de marketing es ESIC. En la escuela madrileña no sólo se encuentra formación específica sobre esta disciplina, sino que se ofrecen másteres que aúnan estas

## Científicos de datos o el poder de la información

■ El volumen ingente de datos e información que manejan las empresas en la actualidad hace que cada vez se hable más de un perfil de profesional: el científico de datos. ¿Su cometido? Gestionar toda la documentación y sacarle el máximo partido para que aporte valor a la organización. En resumen, las habilidades del científico de datos son comprender la información para detectar posibles problemas y tomar las decisiones adecuadas. Según un estudio de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), la banca, los seguros y las telecomunicaciones son los ámbitos donde más se demanda este perfil profesional.

especialidades con el componente online, una combinación de alta demanda en el mercado laboral. La revolución online transforma negocios y modelos de gestión, que deben dar respuesta a los nuevos hábitos de compra de los consumidores, para quienes los dispositivos móviles se han convertido en su arma de compra más potente. En 2014 las ventas por Internet en España sumaron 15.891 millones de euros, un 24,8% más que en 2013, según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

### Con mentalidad online

Para liderar esta transformación se hacen cada vez más necesarios expertos en desarrollar *apps* y páginas web y especialistas en marketing digital que exploten las posibilidades comerciales de las redes sociales para captar clientes. Otro perfil interesante para las empresas es el de los profesionales que adapten los canales de venta tradicionales, como las tiendas físicas, al formato online. La gestión de las diferentes plataformas de venta –tiendas, comercio electrónico, dispositivos móviles...– requiere también de directivos con aptitudes en esta tarea.

Para dar respuesta a estas demandas, ESIC oferta másteres en Marketing Digital, Negocios Digi-

## El 15% de las ofertas de trabajo registradas en 2015 buscaban especialistas en marketing y ventas

tales y Comercio Electrónico, que se han convertido en algunos de los más solicitados en los últimos años. La escuela trabaja estrechamente con el Instituto de la Economía Digital (Icedm), dependiente del centro, para definir y dar formación a los requerimientos actuales de las compañías. Desde el instituto se reclama más esfuerzo por parte de las empresas para incorporar a sus filas profesionales de perfil digital.

A pesar del empeño que están poniendo las organizaciones para incorporarse a la economía digital, continúa existiendo una brecha entre las necesidades de las empresas y los perfiles de los profesionales, según se refleja en un reciente informe de Icedm realizado entre 442 compañías españolas de diferentes sectores. Sólo el 27% de ellas ha creado recientemente puestos para cubrir estas demandas, tal y como apunta el citado documento.