



EMPLEO Programadores, científicos de datos y expertos en ciberseguridad son los profesionales más demandados por las empresas, que miran con lupa la experiencia y las capacidades de los candidatos para contratar a los mejores. **Por Montse Mateos**

Descubra los perfiles digitales que no tienen paro

Su atractivo profesional es innegable y las empresas se los rifan. Los profesionales digitales siguen ocupando los primeros puestos entre los más demandados por empresas de todos los tamaños, también por muchas *start up* que dependen de la tecnología para sobrevivir en un entorno dominado por el *big data*. Tanto es así que las empresas y los centros de formación se están poniendo las pilas para estar a la vanguardia de lo que pide un mercado laboral en el que, pese a un 14.5% de paro, hay puestos que no se cubren por falta de profesionales preparados.

Una de las últimas iniciativas para hacer algo más que poner un parche a esta situación es la que ha llevado a cabo MBIT School en colaboración con Gestamp, con el lanzamiento del programa de *Experto en Smart Factory* en 2020. Está dirigido principalmente, aunque no en exclusiva, a ingenieros de procesos con al menos tres años de experiencia en el sector industrial, que quieran definir la transformación digital de su organización. El curso es el último que se suma a una oferta que pretende cubrir todo el espectro tecnológico.

Auge y hegemonía digital

Enrique Serrano, CEO de MBIT, asegura que los profesionales que cuentan con cierta formación tecnológica pueden presumir de paro cero. Entre los más requeridos por el mercado identifica al arquitecto de datos *-data architect-*. "Santander, Repsol y Orange son algunas de las grandes empresas que acuden a nuestra bolsa de empleo en busca de estos perfiles sujetos a una demanda feroz", explica Serrano. Y no son los únicos. Alex Rayón, profesor de estrategia digital de Deusto Business School, destaca que en el área de electrónica, automatización, mecánica e informática se necesitan cinco veces más de los candidatos disponibles. Para cubrir esta y otras necesidades del mercado, trabajan la puesta en marcha del grado de Ciencia de datos e inteligencia ar-

Los expertos que se rifan las empresas

El diseño, el 'big data' y la ciberseguridad son las grandes áreas en las que se mueve la demanda de profesionales digitales. Estos son los más solicitados según el Estudio Inesdi Top 25 profesiones digitales 2019:

- CDO & Digital Director
- CDO & IT Director
- Digital marketing manager
- Inbound marketing specialist
- SEM & SEO specialist
- SEO specialist
- RTB & traffic manager
- Growth hacker
- Digital communication manager
- Transmedia & Branded content specialist
- Content manager
- Social media manager
- Community manager
- Digital analyst
- Big data analyst
- Customer intelligence & CRM analyst
- Digital designer
- UI/UX designer
- Customer experience manager
- Digital business manager
- E-commerce manager
- Digital account manager
- Digital HR manager
- Chief information security officer (CISO)
- AI bots manager

tificial previsto para septiembre de 2020, junto con el de robótica. También menciona entre los que tienen mejor acogida el de industria digital 4.0, "que cumple su segundo año".

Entre los que más salidas laborales presentan, Carlos Martínez, presidente de IMF Business School, identifica los másteres de *big data* y de ciberseguridad: "Son especialidades donde la demanda de profesionales es muy elevada, y se puede decir que estos alumnos tienen un trabajo asegurado al terminar sus estudios". Otras de las posiciones más requeridas que señala son desarrolladores, científicos de datos, ingenieros y arquitectos *big data*, especialistas de marketing digital, responsables de RRHH y consultores en temas de innovación. "La demanda de estos perfiles está liderada por sectores como banca, telecomunicaciones, consultoras IT y *start up* tecnológicas", aclara Martínez. Insiste en que en general, se buscan perfiles que lideren la transformación digital, gestionen el cambio y trabajen con metodologías ágiles.

Los más buscados

Ser muy *teki* ya no es suficiente. Rayón se siente orgulloso de que en 2000 Deusto fuera uno de los centros pioneros en incorporar a sus titulaciones técnicas un temario para desarrollar determinadas competencias *soft*, como la comunicación oral. Algunas de las empresas que contrataron perfiles tecnológicos a golpe de talonario como el salvavidas para no perder el tren de la transformación digital han aprendido de sus errores. Serrano observa que las organizaciones demandan perfiles muy específicos: "Ya no contratan a cualquiera que cuente con formación tecnológica. Antes era recursos humanos quien realizaba las entrevistas. Ahora se ocupa el equipo técnico y va muy al detalle. Las entrevistas son largas y muy duras. Muchos de los candidatos no superan este filtro".

Las empresas cuidan mucho que

< VIENE DE PÁGINA 1

estos profesionales encajen como anillo al dedo en su cultura corporativa. De ahí que, superada la criba de los conocimientos técnicos, se fijen además en sus habilidades y capacidades para desarrollar el puesto.

Patrick Smith, *field CTO* para Emea en Pure Storage –plataforma de almacenamiento de datos de Silicon Valley–, confirma esta tendencia. Vaticina para los próximos doce meses la creación de dos nuevos puestos: director de pensamiento lateral y director de ingeniería creativa. Explica que “los títulos exactos podrán variar, pero estos roles serán vitales para asegurar que tanto las habilidades técnicas como las *soft skills* reciben la misma ponderación. Y no sólo eso, sino que estos roles también desempeñarán un papel importante en la atracción de nuevos talentos. Por tanto, la lucha será por disponer del talento que puede asegurar el futuro de una organización. Las empresas ya no pueden confiar en contratar al mismo tipo de candidatos”.

El trabajo en equipo y la comunicación son algunas de esas *soft skills* decisivas para captar la atención de los reclutadores. Javier García Algarra, director académico del área de ingeniería en el Centro Universitario U-tad, subraya que en este tipo de perfiles la capacidad de comunicación es clave: “En la analítica de datos tan importantes son los datos como su interpretación. Las habilidades sociales son fundamentales”.

Saber contar el qué y el por qué de los datos es parte del trabajo de estos profesionales, habida cuenta de que la demanda procede de todos los sectores. “En todas las industrias existe una carencia de estos perfiles. La banca es uno de los grandes demandantes, pero también las compañías de *retail*, farma, distribución y las consultoras, que desarrollan proyectos de corte tecnológico para clientes de todo tipo”, añade García.

El empleo que se mueve

Son las consultoras de selección las que, con el permiso de los formadores, mejor miden la temperatura del mercado laboral. María Roda, responsable de la división de tecnología de Hays, advierte de que no aprecia un techo en la empleabilidad futura de los candidatos digitales: “Es un mundo cambiante, en el que tienen el techo que ellos quieran. Es sólo cuestión de que se reinventen cada año. La formación que se demandaba hace cinco años nada tiene que ver con la que ahora requieren las empresas”. Rafa Romero, *sales director* de Selligent Marketing Cloud Ibérica, coincide en que “la empleabilidad no dejará de crecer en los próximos años y la tendencia será especializarse cada vez más, por eso es importante que estos profesionales se mantengan actualizados y formados en las nuevas plataformas, sistemas y tendencias, que cambian cada vez más rápido”. Según Romero, *Customer intelligence analyst*, los especialistas en ciberseguridad y en arquitectura y gestión de *big data* son los más solicitados.

Roda también destaca aquellos relacionados con el dato, en concreto los analistas en CRM y analistas web y, en menor medida los que tengan que ver con la publicidad programática. “En todo caso se valora la experiencia si-



La versatilidad de los diseñadores digitales –digital designer– les convierte en uno de los candidatos más atractivos para empresas de todos los sectores.

milar en un puesto concreto y que proceda de la competencia”. No obstante, advierte un cambio de tendencia: “Lo digital se está yendo hacia perfiles más híbridos que combinen tanto la parte online como offline”.

Leonardo Martín, director de la división digital de Michael Page, reconoce la versatilidad de estos profesionales en los que ponen sus ojos a las empresas porque “asocian el tener a alguien así dentro, a mayor rentabilidad y beneficios”. Detecta entre los que tienen más prestigio en el mercado *UX/UI & CRO lead*, *data scientist marketing mix models*, *programmatic partner*, *digital strategic manager* y *retailer performance manager*. “Pueden acceder a posiciones directivas locales o asumir la gestión de su área a nivel global”, aclara Martín. Apunta como principales demandantes: empresas de sectores *telco*, *marketplace*, distribución online o consultoras de data.

Quien insiste en la necesidad de perfiles versátiles es Mariela Kratochvil, *manager digital & ecommerce* de Robert Walters: “Ha quedado atrás la imagen de los profesionales digi-

La revolución de la industria 4.0 necesita perfiles híbridos que combinen digitalización e ingeniería

Para posiciones estratégicas las empresas contemplan un variable en función de los resultados

tales únicamente enfocados como gestores de la comunicación online o las redes sociales. Hoy la valía del talento en este entorno se mide por su capacidad analítica, por resultados tangibles, de negocio y controlados por KPIs numéricos. Áreas como *performance marketing*, SEO/SEM o marketing de afiliados son los respon-

sables de dinamizar el negocio digital”. Subraya que “las áreas de especialización en data, CRM y *business intelligence* se están convirtiendo para muchas compañías nativas digitales en el centro del negocio siendo el motor de la innovación en cada proyecto y en la estrategia corporativa”.

La inteligencia artificial, IoT –*Internet of things*– y *big data* son las áreas en las que detecta más necesidad de candidatos Sara Álvarez Morales, *IT manager* de Spring Professional. Cree que la demanda de estos expertos es generalizada en todos los ámbitos empresariales pero, entre ellos, destaca el sector industrial, “donde la revolución de la industria 4.0 se ha encontrado con una necesidad de perfiles híbridos que combinen la digitalización con la ingeniería. Por ejemplo, las empresas industriales de oil & gas cuentan con profesionales, ingenieros, con una fuerte carga digital y con conocimientos tecnológicos”.

Cuánto ganan

Tanto los formadores como los reclutadores coinciden en que los digi-

tales tienen la sartén por el mango en la negociación salarial. De hecho, estos profesionales no permanecen más de dos años en la misma organización: cambian de empresa por dinero y, además, de esta forma adquieren la experiencia que les aporta el valor añadido que demanda el mercado. Álvarez habla de inflación salarial en la categoría de desarrollo, “sobre todo en perfiles más juniors” que se mueven más por una motivación económica que por un salario emocional.

Aunque el tamaño de la empresa, el sector y la experiencia del candidato condicionan el sueldo, Martín establece una horquilla salarial entre 60.000 y los 100.000 euros fijos más bonus en función de objetivos en los perfiles que ha citado como más demandados.

En Spring Professional cifran la retribución a partir de 45.000 y 55.000 euros para posiciones de *business intelligence* y *big data* con más de 4 años de experiencia. Sitúan a los perfiles *cloud* en bandas que van de los 35.000 hasta los 60.000 euros. “Un perfil de IoT especializado en *chatbots* puede situarse fácilmente en una horquilla cercana a los 50.000 y 70.000 euros”, afirma Álvarez.

Kratochvil, de Robert Walters, explica que para posiciones con una responsabilidad operativa y de ejecución los sueldos pueden ir desde los 24.000 a los 45.000 euros brutos anuales: “Los perfiles relacionados con data, incluso con algo menos de 5 años de experiencia, se encuentran en esta banda más alta”.

Para posiciones estratégicas la horquilla empieza entorno a los 60.000 euros, “aunque resulta muy variable en función de la magnitud de la responsabilidad y factores como el equipo a cargo y el volumen de negocio o presupuesto a gestionar”, aclara Kratochvil, que recuerda que “cada vez es más habitual añadir un variable en función de resultados”.

Los videojuegos, un filón para el ingenio

El ‘machine learning’ y la inteligencia artificial son las disciplinas que han transformado los videojuegos, cuyo uso va más allá del ocio. Empresas de todos los sectores demandan personas que puedan crear una plataforma interactiva para llegar a sus clientes. Vanessa Ruiz, coordinadora académica del grado en Diseño digital de U-tad, explica que estos profesionales aúnan la parte artística con la tecnología, la creatividad de innovación y la comunicación publicitaria: “Es un perfil polifacético preparado para dar respuesta a las necesidades de las empresas”. Y es que el diseño interviene en la interfaz de un videojuego, en la web, en una aplicación –‘app’–, en el diseño de un logo y en la identidad visual de una marca, etcétera. Ruiz explica que los alumnos de U-tad están trabajando en firmas de videojuegos y también en aseguradoras, agencias de comunicación, editoriales,

operadoras o banca. Recuerda que la usabilidad de una web o una aplicación es definitiva en los resultados de negocio. Gilberto Sánchez, director académico del área de videojuegos de U-tad, identifica a los programadores como el perfil estrella. Desde Ironhack –escuela especializada en cursos de desarrollo web– aseguran que la interacción persona-máquina crece y se necesitarán profesionales que puedan construir. Y como la disponibilidad de expertos es inferior a la demanda, ofrece junto con Los Sims –franquicia de videojuegos de Electronic Arts– 400 becas de estudio por valor de 800.000 euros para el lanzamiento de ‘Los Sims 4 Días de Universidad’. Todos los seguidores de este juego pueden solicitar la beca a través de los nueve campus europeos de Ironhack. La convocatoria está abierta hasta el 17 de diciembre de 2019.