

Los perfiles digitales más solicitados por las empresas en España

La figura del Digital Marketing Manager encabeza la clasificación de los perfiles digitales más solicitados por las empresas en España. El estudio *Top 25 profesiones digitales* señala la especialización creciente en todas las posiciones profesionales.

El estudio [Top 25 Profesiones Digitales 2019](#) identifica y establece, con carácter anual, la clasificación de las profesiones digitales más solicitadas por las organizaciones. Además, detalla y describe la misión de cada una de ellas, así como las funciones, competencias y banda salarial de cada posición. El objetivo es dar a conocer la evolución del mercado y ayudar —tanto a personas como organizaciones— a identificar los perfiles digitales que más se están demandando, así como las tendencias en este ámbito.

El informe, elaborado por Inesdi Digital Business School en colaboración con Incipy e Indigital Advantage, se ha realizado a partir del análisis de las 453 ofertas laborales publicadas durante 2018 y las gestionadas por el cazatalentos de perfiles digitales y tecnológicos de Indigital Advantage, procedentes de un total de 269 empresas ubicadas en España, principalmente Barcelona y Madrid. Para llevar a cabo el trabajo, se ha estandarizado la nomenclatura de las ofertas analizadas que, a su vez, han sido agrupadas en nueve grandes ámbitos digitales:

1.- Estrategia Digital

- CDO & Digital Director
- CDO & IT Director

2.- Marketing Digital

- Digital Marketing manager
- Inbound Marketing Specialist
- SEM & SEO Specialist
- RTB & Traffic Manager
- Growth Hacker

3.- Comunicación Digital & Social Media

- Digital Communication Manager
- Transmedia & Branded Content Specialist
- Content Manager
- Social Media Manager
- Community Manager

4.- Big Data & Business Analytics

- Digital Analyst
- Big Data & AI Analyst
- Customer Intelligence & CRM Analyst

5.- Tecno creatividad

- Digital Designer

6.- Customer Experience

- UI/UX Designer
- Customer Experience Manager

7.- Digital Business & E-commerce

- Digital Business Manager
- E-commerce Manager
- Digital Account Manager

8.- Recursos Humanos & Employee Experience

- Digital HR Manager

9.- Tech & Business Innovation

- Chief Information Security Officer (CISO)
- AI Bots Manager

Principales resultados

Permanece inamovible en la primera posición de la clasificación el perfil del *Digital Marketing Manager* por séptimo año consecutivo. Corresponden a este perfil el 29 por ciento de las ofertas de empleo llevadas a examen. Este predominio deriva del hecho de que estamos ante uno de los perfiles digitales más generalistas, necesario para activar las dinámicas comerciales digitales en las organizaciones, independientemente de su tamaño.


A gran distancia le siguen como profesionales más buscados tres posiciones pertenecientes al ámbito de la Comunicación Digital & *Social Media*: el *Community Manager* (9 por ciento), el *Digital Communication Manager* (6 por ciento) y el *Content Manager* (6 por ciento). Y, para completar las posiciones de honor, asciende desde el octavo al quinto puesto el perfil de *Digital Analyst* (6 por ciento), lo que pone de manifiesto el auge en la demanda de especialistas en la gestión de datos y la concienciación —cada vez mayor— de la importancia del análisis de datos en las empresas para otorgarles un enfoque *data driven*.

Como aspectos más novedosos, esta edición recoge por vez primera ofertas de empleo vinculadas a la gestión de la “experiencia de cliente”, concretamente la del *Customer Experience Manager*; también entra en la clasificación el perfil del *AI Bots Manager*, vinculado al ámbito de la innovación y tecnología. Cabe señalar además la entrada de una posición estratégica en las empresas, la del *CDO & IT Director*.

Por otra parte, se observa una importancia creciente en la búsqueda de perfiles que sepan combinar tres elementos que, conjugados, pueden llegar a suponer un valor diferencial para las organizaciones: los datos, la creatividad y la tecnología. En concreto, en el ámbito del marketing y la comunicación, dentro de un mercado saturado por los impactos publicitarios, la tecno creatividad se presenta como una de las técnicas más efectivas para conseguir conectar al público con las marcas.

Las conclusiones del estudio ponen de manifiesto la necesidad en las empresas de contratar perfiles digitales que tengan a la vez conocimiento tecnológico, en especial de inteligencia artificial, prácticamente en todos los

ámbitos, y la aparición de perfiles con un alto conocimiento de las tecnologías que impactan en negocio. Surgen así los profesionales que podríamos denominar disruptores digitales, formados en tecnología y con una visión de negocio digital; entre ellos encontramos *growth hackers*, tecnocreativos, expertos en innovación, expertos en inteligencia artificial para marketing, para *bots* o data; expertos *UX* o creadores de experiencias virtuales; expertos en ciberseguridad, *blockchain*, etcétera.

 *Ofertas de empleo (en porcentaje) con las profesiones digitales más demandadas.*

Tendencias y competencias digitales

Asistimos a cambios profundos en la organización del trabajo, derivados de la digitalización y aplicación de tecnología. Esto supone una transformación tanto en los negocios como en la vida de las personas. La analítica de datos, inteligencia artificial, realidad aumentada, reconocimiento de voz, el *blockchain*,... El desarrollo de estas tecnologías requiere profesionales con los conocimientos y competencias necesarias para ser desplegadas en las organizaciones. Y así se empieza a reflejar en la demanda de perfiles digitales.

Durante el último año, se observa una tendencia al alza en la búsqueda de profesionales especializados en tecnología, tales como desarrolladores de *blockchain*, web, apps, consultores SAP, etc. Al mismo tiempo, en el contexto digital y en lo referido a la captación de talento, las *hard skills* o habilidades técnicas -aunque importantes- están cediendo terreno a las *softs skills* o habilidades actitudinales. Estas últimas están vinculadas a la inteligencia emocional, tienen que ver con la capacidad de las personas para actuar y relacionarse. Resultan fundamentales para trabajar y desarrollarse en entornos cambiantes, para interactuar con la tecnología, y actuar de modo ágil e innovador. Son imprescindibles para afrontar sin temor la incertidumbre ante lo nuevo y cambiante. Y este es el perfil que las empresas comienzan a demandar. Porque todo está cambiando de forma muy rápida: cualquier profesional digital, sea dentro del marketing, la comunicación, los datos o la estrategia, ha de asumir que durante su trayectoria el aprendizaje debe ser continuo. Solo de esta manera podrá incorporar las nuevas tecnologías, métodos y procedimientos de trabajo que, cada vez con mayor velocidad, vemos surgir casi a diario.

Atrás quedaron los tiempos en los que los profesionales podían dejar a un lado la formación una vez comenzada su trayectoria laboral.

Claves para un futuro incierto

La tecnología y el empleo no han de ser vistos como cuestiones excluyentes. Han de complementarse pero, para que esto sea así, es conveniente revisar algunos planteamientos tradicionales, que deben ser actualizados para dar respuesta a las nuevas necesidades de un mercado laboral cambiante. Para que mercado y profesionales puedan caminar acompañados es fundamental que ambos afronten los retos que trae la digitalización: según el estudio [Índice de Madurez Digital de las Empresas](#), realizado por Incipy, que da a conocer la evolución y estadio del desarrollo digital de las empresas en España, suspenden en madurez digital, con una nota de 4,1. Solo un 3,5 por ciento de [las empresas se encuentra en un estadio avanzado de madurez digital o innovador](#), aunque se observa un interés creciente por el uso de las nuevas tecnologías. Por su parte, los profesionales también han de adaptar su formación y competencias a esta nueva realidad.

Junto a todo esto, se requieren algunos cambios para impulsar esta transformación. Resulta clave la adecuación del modelo de educación y del sistema educativo, de modo que la enseñanza reglada pueda dar respuesta —de forma ágil— a las nuevas características del entorno en el que nos movemos. Como añadido, la formación —no solo para la adquisición de conocimientos sino también de habilidades— debe configurarse como una constante en cualquier carrera profesional.

Por otra parte, este nuevo contexto permite otorgar mayor flexibilidad; es ya habitual encontrar trabajos con horarios flexibles o incluso con posibilidad de trabajar en remoto. Estas tendencias contribuyen a que las personas puedan conciliar su vida laboral y personal, con la repercusión positiva que puede tener sobre la productividad, pero no habrá una apuesta masiva por ello hasta que Gobierno y empresas planteen políticas para su implantación y fomento. En definitiva, es cuestión de todos aunar esfuerzos para maximizar los beneficios y minimizar los perjuicios de la revolución tecnológica y digital a la que estamos asistiendo. Hay mucho en juego.