

Fortuna

LA DIGITALIZACIÓN DISPARA LA DEMANDA DE DIRECTIVOS ESPECIALIZADOS

El 43% del empleo digital proviene de firmas auxiliares y consultoras que trabajan para terceros, según el ISDI

Cogen importancia perfiles como el 'coach' digital, que acompaña en los cambios

P. SEMPERE
MADRID

Si las empresas están afrontando de forma correcta la transformación digital solo el tiempo podrá decirlo. Lo que sí están haciendo, al menos por el momento, es reforzar sus plantillas con perfiles especializados. De todo el empleo relacionado con el ámbito digital que nació durante el pasado año, casi la mitad, en un 43%, provino de empresas auxiliares y de servicios, enfocadas principalmente en ayudar a encarar sus respectivas transformaciones y cambios a terceros, esto es, grandes compañías. Así lo confirman los datos recabados por la bolsa de empleo del Instituto Superior para el Desarrollo de Internet (ISDI), que próximamente, con estas y otras cifras, presentará las conclusiones del Observatorio de Empleo Digital en España durante 2018.

Este porcentaje, explica Nacho de Pinedo, cofundador y consejero delegado de esta escuela especializada, supone un notable crecimiento respecto a los números del pasado año, que se quedaron en el 28%. El empleo digital, prosigue, no se limita únicamente a aquellos profesionales que trabajan para compañías del tipo Amazon, Google, Uber o Airbnb. "También hablamos de las agencias relacionadas con el mundo digital y de aquellos perfiles que trabajan en los departamentos digitales de una organización tradicional, una de toda la vida", cuenta. En esta ocasión, añade, se vislumbra un crecimiento espectacular de todo lo que engloba a los servicios: "Principalmente, la consultoría y los recursos humanos".

Del total de este grupo, el 19% del nuevo empleo llega de las firmas especializadas en gestión de personas, un segmento apenas presente hace dos años y que hoy supone el de mayor movimiento. Le siguen las agencias de publicidad y marketing (14%),



GETTY IMAGES

que siempre han estado presentes en este tipo de bolsas con porcentajes más o menos invariables. Y por último, en un 10%, están las consultoras, que a grandes rasgos se han movido de forma pareja a las agencias. "Todo esto sucede porque las grandes compañías se están digitalizando y como no pueden hacerlo solas, buscan ayuda externa para desarrollar todo el potencial que tienen escondido. Saben que tienen el Ferrari preparado, pero necesitan que alguien experto lo saque del garaje y lo conduzca", esgrime De Pinedo.

Por perfiles, en las agencias especializadas se solicitan expertos en búsqueda, marketing, desarrollo de negocio y big data, reclamando sobre todo efectivos de categorías profesionales medias. En consultoría, la figura clave es la del coach de transformación, "alguien que acompañe y asesore a los clientes en su evolución, sobre todo en las áreas de negocio, innovación y ventas". Aquí, el perfil más solicitado es el de experto sénior. Y en recursos humanos, las organizaciones buscan profesionales para las propias agencias y, en gran medida, directivos sensibilizados y duchos en transformación digital.

Fuera de las tres áreas con más peso, continúa De Pinedo, también destacan las peticiones que llegan desde las grandes empresas para formar a altos directivos en nociones digitales, "un tipo de instrucción mucho más holística, dedicada a la estrategia y a la gestión que deben aplicarse en este nuevo mundo".

Toda esta situación ha llevado a que se declare una guerra abierta por conseguir a

los perfiles más avanzados en este tipo de capacidades y habilidades. "Las grandes empresas no son capaces de encontrar a los expertos que buscan, y hay una pelea por conseguir a los empleados mejor posicionados", apunta De Pinedo. Normalmente, detalla, las agencias -que conforman el eslabón más débil- pelean con las consultoras para conseguir retener a sus empleados. Las consultoras, por su parte, sufren los envites de los grandes grupos y los departamentos de los recursos humanos, que dentro de este sector tienen los puestos más atractivos y mejor remunerados.

El dinero, como no podía ser de otra forma, sirve como arma arrojadiza en estos duelos. Los salarios más bajos se encuentran en las agencias: las categorías inferiores se mueven entre los 25.000 y los 40.000 euros anuales y las altas entre los 45.000 y los 60.000 euros. En consultoría, los ejecutivos empiezan en los 40.000 euros y los altos directivos parten de los 80.000. En gestión de personas, los altos perfiles oscilan entre los 50.000 y 70.000 euros, y los consejeros delegados, aunque no son demasiados, pueden llegar hasta los 100.000 euros anuales.

En los grupos de recursos humanos expertos en temas digitales el sueldo de los CEO puede llegar a los 100.000 euros