

TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2017

INESDI DIGITAL BUSINESS SCHOOL

Con la colaboración de:





inesdi
Digital Business School

TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2017



INESDI DIGITAL BUSINESS SCHOOL
5º ESTUDIO

ESTUDIO INESDI
TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2017
5ª edición. Marzo 2017



LICENSE CREATIVE COMMONS: **CC BY NC ND**
Está permitida la descarga y distribución libre bajo atribución.
No está permitido el uso comercial ni la modificación de la obra.

ÍNDICE

PRÓLOGO P. 7

FICHA TÉCNICA P. 9

METODOLOGÍA P. 11

RESULTADOS P. 17

PROFESIONES DIGITALES. DEFINICIONES P. 35

PROFESIONES TECNOLÓGICAS. DEFINICIONES P. 61

SALARIOS MEDIOS P. 67

CONCLUSIONES P. 69

TENDENCIAS P. 73

COMPETENCIAS P. 87

ESTUDIOS REQUERIDOS SEGÚN PROFESIÓN P. 91

AGRADECIMIENTOS P. 93

PRÓLOGO

A la hora de incorporar perfiles digitales a sus equipos, las empresas tienen dificultades para definir el rol que necesitan, las competencias y responsabilidades de estos profesionales, así como el rango salarial habitual para el puesto.

Este estudio ofrece un análisis de las 25 profesiones digitales más demandadas por las compañías a día de hoy, detallando la misión de cada una de ellas dentro de la empresa, sus funciones, competencias y nivel salarial habitual para la posición. Además, y como novedad, incorpora el Top 5 de las profesiones tecnológicas que, en este caso, han sido descritas pero no incluidas en el estudio.

El principal objetivo de este estudio es ayudar a las organizaciones a discernir las distintas profesiones digitales y tecnológicas del momento e identificar el perfil idóneo para cada compañía, en función de sus necesidades y expectativas de crecimiento.

283

OFERTAS
ANALIZADAS

180

EMPRESAS
ESTUDIADAS

25

PROFESIONES
DIGITALES

9

ÁMBITOS
DIGITALES

5

PROFESIONES
TECNOLÓGICAS

1

ÁMBITO
TECNOLÓGICO

FICHA TÉCNICA

Muestra

El estudio se ha realizado a partir las ofertas laborales digitales publicadas durante 2016 en la bolsa de empleo de Inesdi y las posiciones gestionadas por Indigital Advantage, empresa de headhunting y selección de directivos y profesionales digitales.

Ámbito

Las ofertas laborales identificadas se ubican en las provincias de Madrid y Barcelona, y han sido categorizadas de acuerdo con las posiciones digitales descritas en el estudio.

Nomenclatura de profesiones

Las ofertas han sido analizadas individualmente y clasificadas en alguna de las profesiones digitales (25) que se muestran en este estudio.

Para la denominación de las profesiones se han seguido normas de nomenclatura comunes, que permiten extrapolar cada puesto de trabajo al ámbito nacional e internacional.

Las profesiones han sido definidas por un equipo técnico compuesto por personal docente y de investigación de Inesdi Digital Business School.

METODOLOGÍA

El estudio recoge 4 profesiones que no aparecen entre las ofertas digitales analizadas, sin embargo se han considerado por ser profesiones destacadas en su sector y dado que su demanda está en alza:

- Visual Data Scientific
- E-recruitment Manager
- Human Resources Analyst
- Chief Information Security Officer (CISO)

Las 283 ofertas analizadas se han clasificado en 9 grandes ámbitos digitales:

1. Estrategia Digital
2. Marketing Digital
3. Contenido Digital
4. Social Media
5. Big Data & Business Analytics
6. E-commerce
7. Recursos Humanos
8. Digital Sales – Nuevo ámbito
9. Ciberseguridad – Nuevo ámbito

Digital Sales y **Ciberseguridad** aparecen como nuevos ámbitos digitales con respecto a la edición anterior, debido al auge y creciente demanda de estas posiciones.

Otra diferencia significativa con respecto al estudio de 2016 es la segmentación de las posiciones digitales y las posiciones tecnológicas. Así, los ámbitos de Diseño y Desarrollo Digital y Tech & Business Innovation incluidos en el estudio de 2016, se consolidan dentro de una nueva categorización de **Profesiones Tecnológicas**, de entre las cuales en este informe destacamos las 5 principales en la actualidad.

Así, se han identificado 4 profesiones digitales que, por vez primera, entran en el Top 25 profesiones digitales y 5 profesiones tecnológicas. Estas últimas no han sido objeto del presente estudio.

Profesiones digitales incorporadas al estudio de 2017:

- Traffic Manager
- Customer Intelligence Analyst
- Digital Account Manager
- Chief Information Security Officer (CISO)

Profesiones tecnológicas incorporadas al informe de 2017:

- Desarrollador de apps iOS y Android
- Backend Developer
- Diseñador de UI/UX
- Modelador y animador 3D
- Desarrollador Web

PUESTOS DE PROFESIONES DIGITALES OFERTADOS. SEGMENTACIÓN POR ÁMBITO DIGITAL

	ÁMBITOS Y PUESTO	DESCRIPCIÓN	AÑO*
ESTRATEGIA DIGITAL			
1	CDO/Digital Manager	Responsable de Estrategia Digital	2014
2	Digital Communication Director	Responsable de Comunicación Digital	2014
3	Digital Transformation Project Manager	Responsable de Proyectos Digitales	2014
MARKETING DIGITAL			
4	Digital Marketing Manager	Responsable de Marketing Digital	2014
5	Inbound Marketing Specialist	Experto en Inbound Marketing	2015
6	SEM & SEO Specialist	Experto en SEM&SEO	2015
7	SEO Specialist	Experto en SEO	2014
8	Social CRM Manager	Responsable de relación digital con clientes	2014
9	RTB Manager	Responsable de conversión y captación programática	2016
10	Traffic Manager	Responsable de tráfico web	2017

**Año de registro de la primera oferta laboral vinculada al puesto en la bolsa de empleo de Inesdi o en bolsas de empleo de terceros.*

	AMBITOS Y PUESTO	DESCRIPCIÓN	AÑO*
--	------------------	-------------	------

CONTENIDO DIGITAL

11	Branded Content Specialist	Experto en contenido digital de marca	2015
12	Content Manager	Responsable de contenido digital	2014
13	Copywriter	Experto en redacción publicitaria	2015

SOCIAL MEDIA

14	Community Manager	Responsable de gestión de comunidades y redes sociales	2014
15	Social Media Manager	Responsable de la estrategia de medios sociales	2014

BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

16	Digital Analyst	Analista Digital	2014
17	Big Data & Data Intelligence Analyst	Analista de Big Data e Inteligencia de Datos	2015
18	Visual Data Scientific	Responsable de visualización de datos de negocio	2016
19	Customer Intelligence Analyst	Analista de Inteligencia de Clientes	2017

E-COMMERCE

20	E-commerce Manager	Responsable de e-commerce	2014
21	E-commerce Analyst Specialist	Experto en analítica para comercio electrónico	2015

RECURSOS HUMANOS

22	E-recruitment Manager	Responsable de reclutamiento digital	2016
23	Human Resources Analyst	Analista de Recursos Humanos	2016

DIGITAL SALES

24	Digital Account Manager	Ejecutivo de cuentas digitales	2017
----	-------------------------	--------------------------------	------

CIBERSEGURIDAD

25	Chief Information Security Officer (CISO)	Director de seguridad de la información	2017
----	---	---	------

*Año de registro de la primera oferta laboral vinculada al puesto en la bolsa de empleo de Inesdi o en bolsas de empleo de terceros.

PUESTOS DE PROFESIONES TECNOLÓGICAS OFERTADOS.

	ÁMBITOS Y PUESTO	DESCRIPCIÓN	AÑO*
TECH & BUSINESS INNOVATION			
1	Desarrollador de apps IOS y Android	Desarrollador de aplicaciones móviles IOS y Android	2017
2	Backend Developer	Desarrollador del backend	2017
3	Diseñador de UI/UX	Diseñador de interfaces y experiencia de usuario	2017
4	Modelador y animador 3D	Modelador y animador 3D	2017
5	Desarrollador Web	Desarrollador web	2017

**Año de registro de la primera oferta laboral vinculada al puesto en la bolsa de empleo de Inesdi o en bolsas de empleo de terceros.*

Respecto al estudio anterior, el Top 25 Profesiones Digitales 2016, no se describen en este estudio las siguientes profesiones:

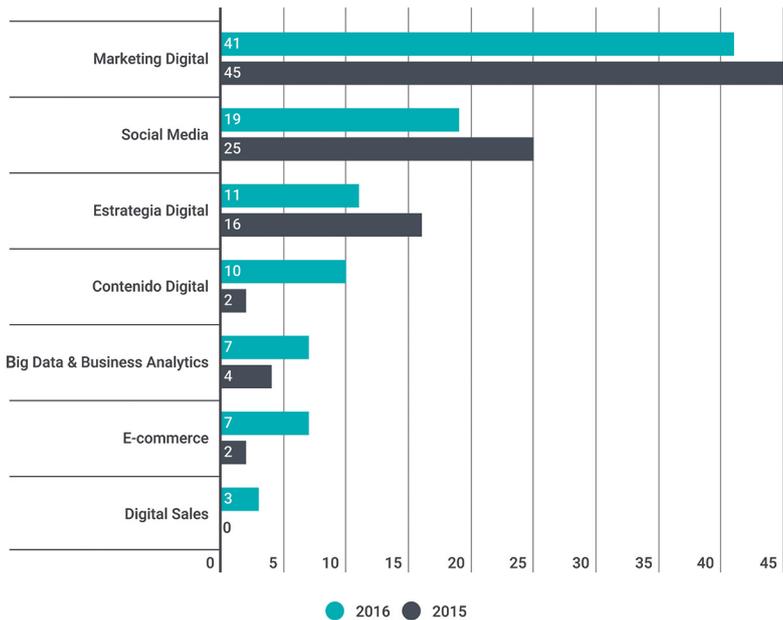
- Growth Hacking Manager
- Digital Media Planner
- Web Developer & Designer Manager
- Virtual Reality Architect

Estos dos últimas han dejado de pertenecer a la categoría de profesiones digitales para pasar a ser consideradas dentro de las profesiones tecnológicas, dentro del ámbito de Tech & Business Innovation.

RESULTADOS

Ámbitos Digitales

Destaca el ámbito de **Marketing Digital**, que acapara un **41%** de las ofertas laborales, y supera en más del doble al porcentaje del siguiente ámbito con mayor número de ofertas, **Social Media**, con un **19%**.

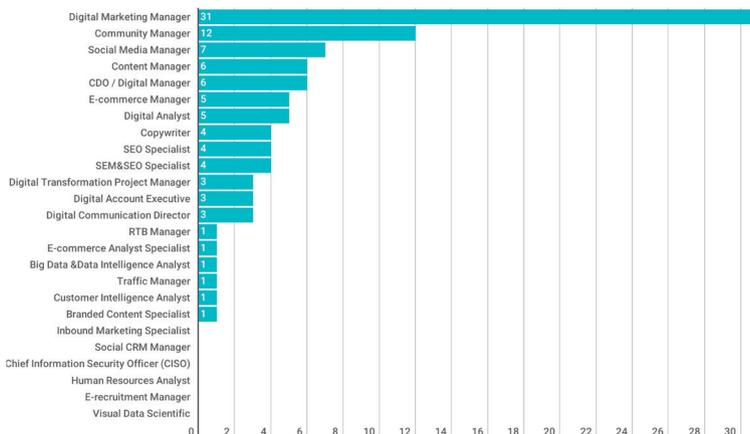


- Los resultados reflejan una creciente **especialización en los puestos digitales**, razón por la que las ofertas se encuentran más distribuidas entre el total de los ámbitos que en años anteriores, cuando un gran número de posiciones se aglutinaban bajo el paraguas de Marketing Digital y Social Media.

- El descenso en el porcentaje del ámbito de Estrategia Digital es también muestra de una mayor especialización, gracias a la cual empiezan a estar más claramente diferenciados los perfiles ejecutivos y técnicos. Esta variación escenifica el crecimiento y reasignación de funciones y responsabilidades dentro de los equipos digitales.
- Se observa un incremento considerable en la demanda de profesionales en Contenido Digital (**10%**), Big Data & Business Analytics (**7%**) y E-commerce (**7%**).
- Irrumpe un nuevo ámbito, Digital Sales, al que pertenecen un **3%** de las ofertas analizadas.
- El ámbito de Ciberseguridad entra también en este estudio de 2017.

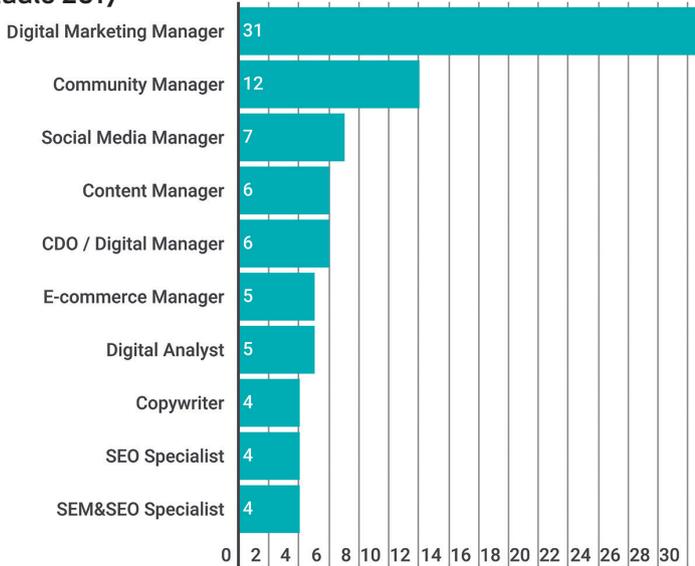
Profesiones Digitales

El Digital Marketing Manager se mantiene como profesión más demandada durante el estudio de 2017, con un **31%** de las ofertas, aunque baja 3 puntos respecto al año anterior (pasa del **34%** al **31%**).

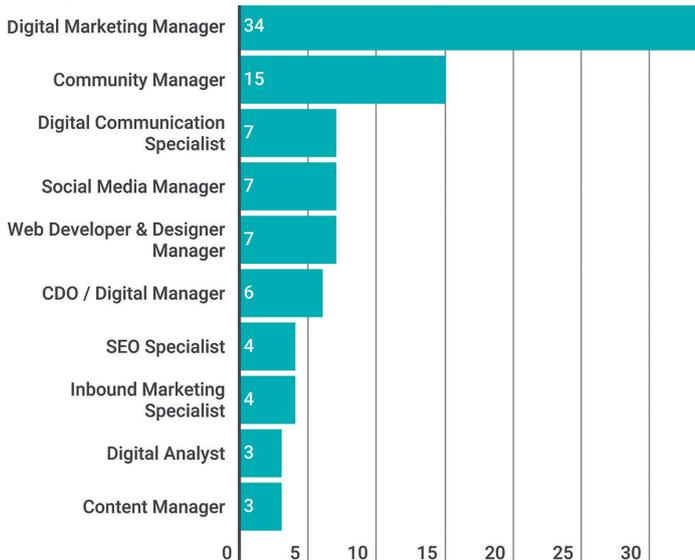


COMPARATIVA TOP 10 PROFESIONES DIGITALES MÁS DEMANDADAS RESPECTO A ESTUDIOS ANTERIORES

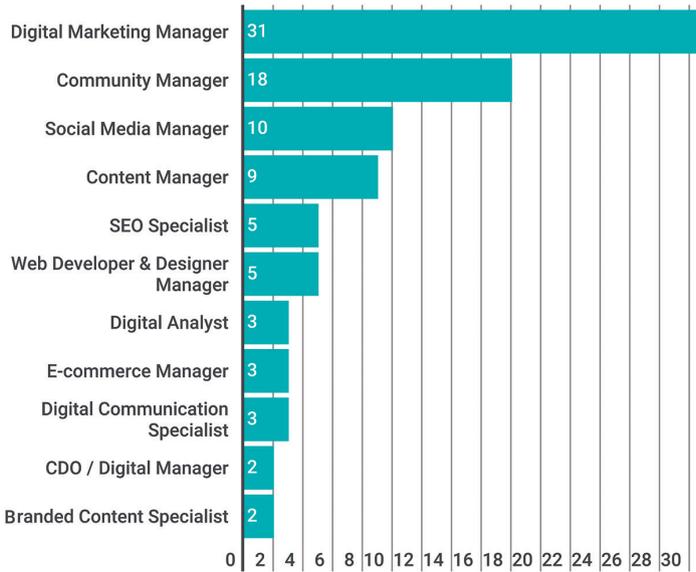
Estudio 2017



Estudio 2016



Estudio 2015



*El estudio de 2015 muestra 11 puestos porque los dos últimos tienen el mismo porcentaje.

- Por cuarto año consecutivo, el Digital Marketing Manager continúa siendo la profesión más demandada, a pesar de que desciende 3 puntos respecto al año anterior (del **34%** al **31%**).
- Las profesiones ejecutivas, las incluidas dentro del ámbito de estrategia digital -CDO/Digital Manager (**6%**), Digital Communication Director (**3%**) y Digital Transformation Project Manager (**3%**)-, agrupan en el estudio de 2017 a un **12%** de las posiciones, cifra que aumenta hasta el **17%** si consideramos también al E-commerce Manager (**5%**).
- El Community Manager (**12%**) se mantiene en la segunda posición, a pesar de descender 3 puntos respecto a 2016.

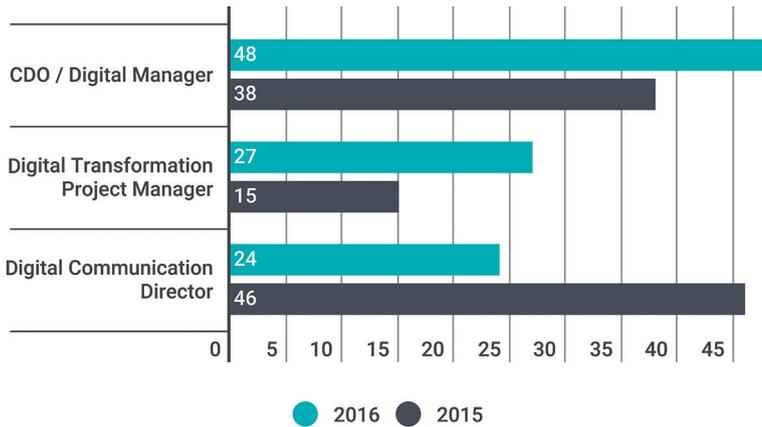
- El Social Media Manager se mantiene con un **7%** de las ofertas.
- La solicitud de perfiles dentro del ámbito de Big Data & Business Analytics cobra fuerza y copa ya un **7%** de las ofertas, cifra que se eleva al **9%** si sumamos otras posiciones relacionadas con la analítica, el E-commerce Analyst Specialist, el Traffic Manager y el Human Resources Analyst.
- Destaca el Content Manager (**6%**) que, con una subida de 3 puntos, dobla el resultado respecto al año anterior.
- La demanda de E-commerce Manager alcanza el **5%** de las ofertas, con lo que pasa ser la sexta profesión en el ranking.
- La solicitud de Digital Analyst sigue creciendo y esta profesión pasa así del **3%** al **5%**.
- El Copywriter aparece entre los 10 primeros puestos con un **4%**.
- El SEO Specialist mantiene sus resultados con un **4%**.
- El SEM & SEO Specialist, posición que hasta el presente estudio estaba contemplada únicamente como SEM Specialist, reúne el **4%** de las ofertas.
- El Digital Account Executive entra en el Top 25 2017 con un **3%** de las ofertas estudiadas y se perfila como un perfil en auge.
- El Digital Transformation Project Manager sigue escalando puestos y ocupa ya el **3%** de las ofertas.
- Dentro de las posiciones más solicitadas, aparece un nuevo perfil, el del Customer Intelligence Analyst, con un **1%** de las ofertas llevadas a estudio.

De estos datos podemos concluir un cambio de tendencia: las posiciones digitales comienzan a especializarse (SEO Specialist, SEM&SEO Specialist, Digital Analyst, Content Manager) en detrimento de puestos que podrían ser considerados más generalistas, como el Digital Marketing Manager, Community Manager o Digital Communication Director. Si a esto añadimos el aumento del peso específico de los puestos directivos digitales, se entiende y justifica el ajuste y redistribución de los porcentajes mostrados en el estudio. Las áreas digitales se están reorganizando y profesionalizando.

ANÁLISIS POR ÁMBITO DIGITAL

ESTRATEGIA DIGITAL

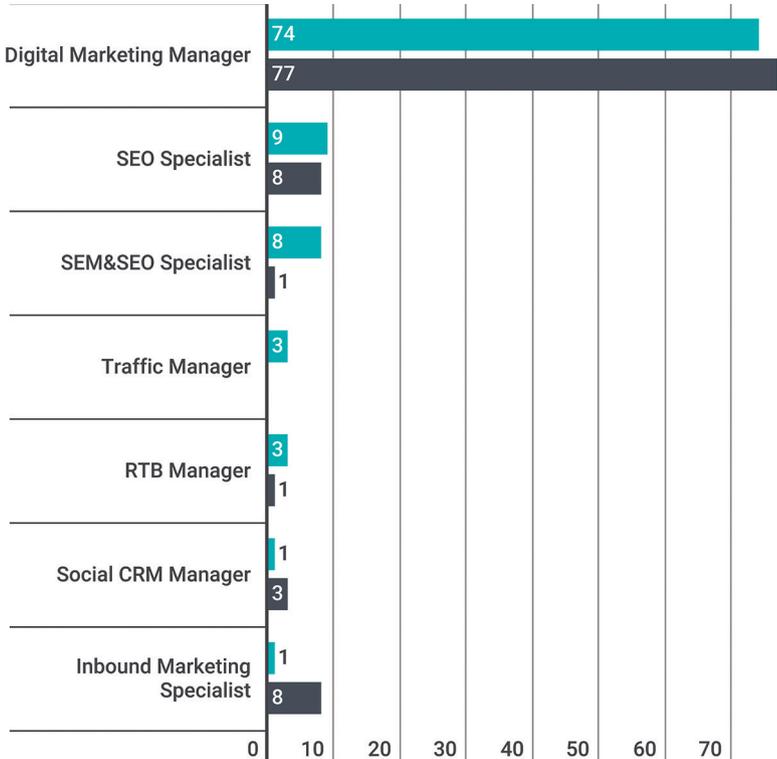
Se mantienen las mismas profesiones que el año anterior, con algunos cambios en la nomenclatura, de acuerdo con la demanda del mercado.



- En comparación con el año anterior, crece la posición del Digital Manager y el Digital Transformation Project Manager.
- La posición de Digital Communication Director (anteriormente denominado Digital Communication Specialist) desciende 18 puntos, quizás debido a la especialización de perfiles y diversificación de la demanda en los ámbitos de Contenido Digital y Social Media.

MARKETING DIGITAL

Algunos de los puestos de este ámbito han sido redefinidos y, su nomenclatura, actualizada. No obstante, el **Digital Marketing Manager** se mantiene y destaca como el más demandado.

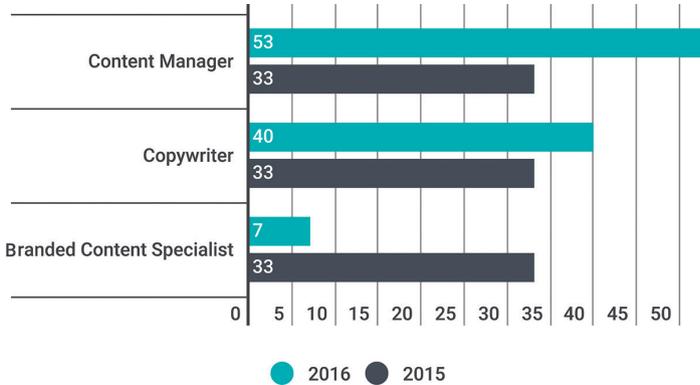


- En comparación con el año anterior, desciende ligeramente la posición de Digital Marketing Manager, como consecuencia de la especialización de perfiles dentro del marketing digital.
- Aumentan las peticiones de perfiles SEO.

- Es remarcable el aumento de la demanda de SEM&SEO Specialist, que pasa de un **1%** en el estudio de 2016 al **4%** en 2017. Cabe mencionar que, a esta posición, ahora se le piden no solo conocimientos en SEM sino también en SEO, razón por la que se ha actualizado la nomenclatura.
- Se incorpora a este ámbito el Traffic Manager, con un **3%** de las ofertas.
- El perfil del Social CRM Manager se está incorporando a otros más analíticos, por lo que desciende su demanda.
- Importante bajada del Inbound Marketing Specialist, cuyo contenido se ha incorporado en la posición del Digital Marketing Manager.

CONTENIDO DIGITAL

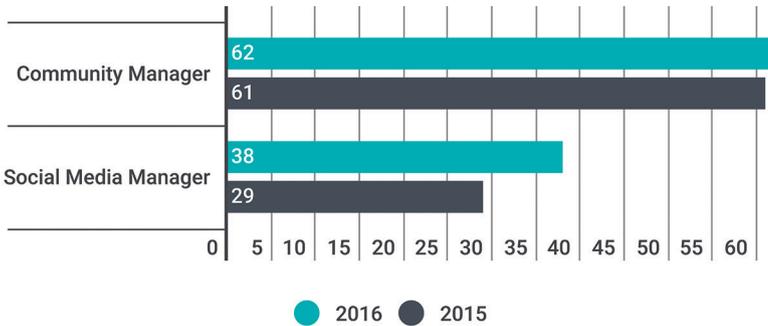
Se mantienen las mismas posiciones, mientras que el más demandado, con más de la mitad de las ofertas en este ámbito, es el **Content Manager**.



- Con respecto al año anterior, destaca el crecimiento del Content Manager, cuyo peso específico es ya comparable al de otras profesiones como la de Community Manager o Social Media Manager.
- El Copywriter ve aumentada su demanda en 7 puntos con comparación con el estudio de 2016.
- Desciende el porcentaje del Branded Content Specialist, quizás debido a que las funciones de este puesto se están aunando a las del Content Manager.

SOCIAL MEDIA

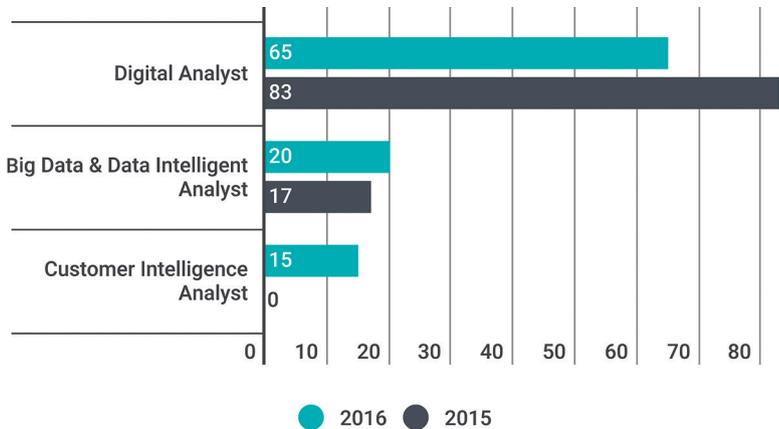
Se mantiene como segundo ámbito más demandado con un 19% y las mismas profesiones del estudio anterior, siendo notable el aumento de posiciones como **Social Media Manager**.



- El porcentaje del Community Manager apenas muestra diferencias con respecto al año anterior.
- La demanda de Social Media Manager aumenta considerablemente, en 9 puntos.

BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

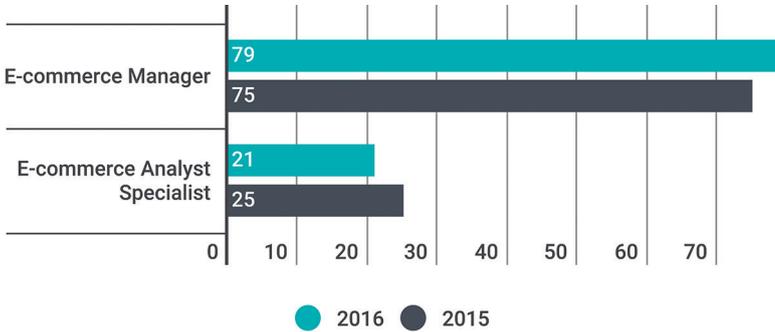
El **Digital Analyst**, con un 65%, se mantiene un año más dentro del Top 10 de las profesiones digitales y como posición más demandada dentro de este ámbito.



- Los porcentajes en las profesiones incluidas en este ámbito comienzan a equilibrarse.
- Destaca la entrada en el Top 25 del perfil del Customer Intelligence Analyst, que confirma la creciente demanda de perfiles relacionados con el análisis de datos.
- Es reseñable el auge de las profesiones de este ámbito, más aún si tenemos en cuenta que el estudio recoge otras tres profesiones cuya función es al análisis de datos pero que están incluidas en otros ámbitos: Traffic Manager, E-commerce Analyst Specialist y Human Resources Analyst.

E-COMMERCE

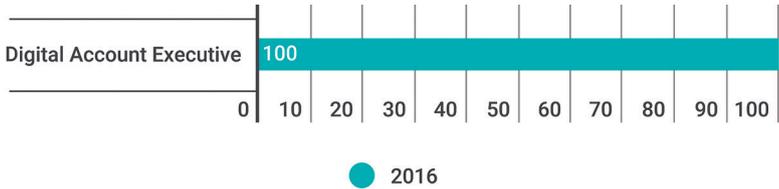
Los resultados en este ámbito apenas sufren variación con respecto al año anterior. Se mantienen las mismas profesiones y el **E-commerce Manager** como la más demandada.



- Aumenta la demanda de E-commerce Manager, debido al auge de las ventas online.
- Cae ligeramente la solicitud de E-commerce Analyst Specialist.

DIGITAL SALES

Este ámbito aparece por vez primera en el estudio de **2017**.



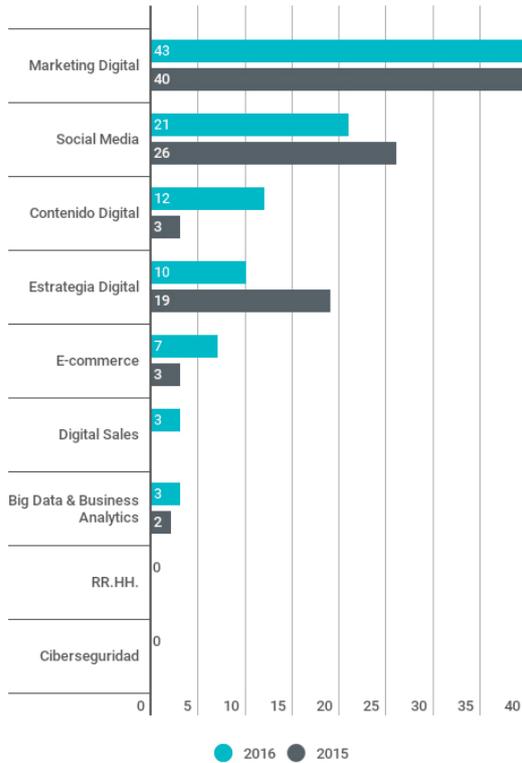
- Ámbito de nueva creación que, por el momento, cuenta con un único puesto, el Digital Account Executive, al que pertenecen un **3%** del total de ofertas analizadas.
- La entrada de este nuevo perfil pone de manifiesto la digitalización de las ventas.

ÁMBITOS POR CIUDADES

La demanda de perfiles relacionados con el Marketing Digital, los más solicitados, se mantiene similar en ambas ciudades, y también con respecto al estudio anterior.

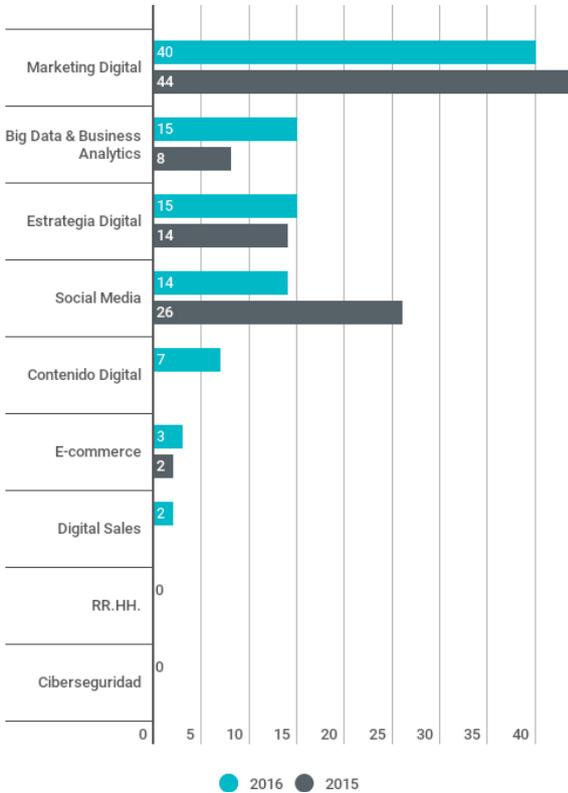
Por otra parte, aparece una clara diferenciación entre Madrid y Barcelona en cuanto a los perfiles de Big Data & Business Analytics -más demandados en Madrid- y Contenido digital y E-commerce -más demandados en Barcelona-. Esto puede deberse a la mayor presencia de grandes empresas en Madrid, y a un mayor número de Pymes y comercio electrónico en Barcelona.

Barcelona



- En Barcelona, se mantienen en segunda posición los perfiles de Social Media, superando en 7 puntos a Madrid (un **21%** respecto a un **14%**).
- Es considerable el incremento de ofertas en torno al ámbito de Contenido Digital en Barcelona. La demanda, de un **12%**, también supera a la de Madrid, del **7%**.
- Cae en 9 puntos la demanda de perfiles del ámbito de Estrategia Digital.
- Aumenta la oferta de posiciones en E-commerce (un **7%** respecto a un **3%** en el estudio anterior).

Madrid



- Aumenta de forma significativa con respecto a estudios anteriores la oferta de posiciones en torno a Big Data & Business Analytics, que pasa a ser el ámbito de mayor relevancia tras el Marketing Digital.
- Caída significativa en Madrid de la demanda de perfiles de Social Media, con 12 puntos menos que el año anterior.
- Aparece con fuerza la oferta de posiciones relacionadas con el Contenido Digital en Madrid, con un **7%** de las ofertas analizadas.

PROFESIONES DIGITALES

DEFINICIONES

El **60%** de las ofertas registradas en la bolsa de empleo de Inesdi durante 2016 se engloban en las áreas de **Marketing Digital** y **Social Media**.

Para todas las posiciones recogidas en este estudio es recomendable contar con un buen nivel de inglés, capacidades comunicativas, facilidad para el trabajo en entornos colaborativos, gusto por afrontar nuevos retos, contar con formación especializada o experiencia equivalente y capacidad para gestionar el aprendizaje continuo de manera autónoma.

De cada una de las profesiones definiremos:

MISIÓN

Objetivo principal

FUNCIONES

Tareas principales

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

Formación, experiencia
y capacidades requeridas

ESTRATEGIA DIGITAL

01

CDO / DIGITAL MANAGER Responsable de la Estrategia Digital.

MISIÓN

- Crear, definir e implantar la Estrategia Digital en la empresa, con el fin de alcanzar los objetivos de negocio digital planificados.
- Mejorar la cultura de gestión del cambio hacia el mundo digital de la organización.

FUNCIONES

- Supervisar el correcto funcionamiento y los plazos de entrega de todos los servicios y productos digitales.
- Liderar, formar y retener un equipo de profesionales dinámico y orientado a las nuevas tecnologías.
- Mantener a la empresa a la vanguardia de la evolución digital.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de gestión de empresas (orientado a negocio), marketing (on y off) y tecnologías digitales.
- Experiencia en la creación, implantación y monitorización de planes de Estrategia Digital (identificación de KPI).
- Liderazgo directivo y perfil afín a la innovación y emprendimiento.

02

DIGITAL COMMUNICATION DIRECTOR

Responsable y experto en Comunicación Digital.

MISIÓN

- Definición e implementación de la política y estrategia de comunicación online de la empresa conforme a los objetivos y públicos establecidos, haciendo uso de los canales online disponibles (redes sociales, web corporativa,...). Interlocución con los principales stakeholders de la empresa.

FUNCIONES

- Desarrollar y desplegar el plan de comunicación digital.
- Gestionar los contenidos, la imagen de marca y reputación corporativa online.
- Seguimiento y reporting de resultados.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos en comunicación corporativa, marketing de contenidos, Social Media y monitorización de resultados.
- Valorable contar con conocimientos de analítica, posicionamiento y usabilidad web.

03

DIGITAL TRANSFORMATION PROJECT MANAGER

Responsable de proyectos de transformación digital.

MISIÓN

- Liderar e impulsar la transformación digital de la empresa, así como los proyectos de la hoja de ruta digital en torno a: 1) Visión, Cultura y Liderazgo, 2) Employee Centricity, 3) Customer Centricity y 4) Desarrollo e Innovación en el área digital, con productos o servicios digitales, e-commerce, aplicaciones para dispositivos móviles, etc.

FUNCIONES

- Asegurar la calidad y servicio de los productos digitales.
- Identificar necesidades y realizar propuestas de mejora.
- Asignación y control de presupuestos por proyecto.
- Detección y valoración de riesgos en los proyectos (plan de contingencia).

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en desarrollo de proyectos digitales.
- Amplios conocimientos de negocio, técnicos, de cultura y marketing.
- Capacidad de planificación y gestión de proyectos.
- Elevado compromiso con la calidad y los plazos.
- Metodologías ágiles.

MARKETING DIGITAL

04

DIGITAL MARKETING MANAGER

Responsable de marketing digital.

MISIÓN

- Creación, definición y ejecución del plan de Marketing Digital de la compañía; reporte de los principales indicadores clave de rendimiento del departamento de marketing.

FUNCIONES

- Control de la estrategia global de marketing online y su presupuesto, inbound marketing, social media marketing (SMM), SEM, e-mail marketing, etc.
- Gestión del branding online de la compañía.
- Investigación de mercados y análisis de las estrategias de marketing digital de la competencia.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Gran comprensión de los conceptos de marketing más actuales, así como de estrategia y mejores prácticas.
- Conocimientos en herramientas de CRM, BBDD y analítica digital.
- Experiencia en la gestión de campañas de e-mail marketing, redes sociales, SEO, PPC y afiliación.
- Titulación relacionada con marketing o publicidad.

05

INBOUND MARKETING SPECIALIST

Experto en Inbound Marketing.

MISIÓN

- Diseñar la estrategia de inbound marketing, tanto corporativa como por unidad de negocio, para captar y fidelizar clientes de forma no intrusiva.

FUNCIONES

- Comprender los ciclos de compra, objetivos, KPI y segmentos de mercado en crecimiento para la optimización de resultados.
- Definir el buyer persona (cliente ideal).
- Definir el tipo de contenido, tono, mensajes y palabras clave que se necesitan para atraer al cliente.
- Cualificar las oportunidades de negocio (lead scoring y lead nurturing).

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de captación de atención, atracción y conversión de los visitantes al site de la compañía y landing pages.
- Capacidad analítica para entender el comportamiento del usuario online.
- Experiencia en redacción de contenidos y con herramientas de marketing online.
- Conocimientos en bases de datos y CRM.

06

SEO&SEM SPECIALIST

Experto en SEM y SEO.

MISIÓN

- Definir e implantar campañas de Search Engine Marketing en torno a palabras clave (SEM), que impulsarán el tráfico web para aumentar la conversión. Optimización de los resultados de búsqueda orgánicos, creación y dirección de acciones SEO.

FUNCIONES

- Desarrollo de la estrategia para las campañas de marketing en buscadores de pago.
- Seguimiento y análisis de datos de las campañas para identificar oportunidades de optimización.
- Trabajar con los equipos de ventas y de cuentas para generar nuevas campañas de búsqueda.
- Gestión de estrategias y acciones de SEO. Seguimiento y análisis.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de Google Adwords, Yahoo Search Marketing y MSN AdCenter.
- Experiencia en herramientas de medición online (analítica digital), con el objetivo de recopilar y analizar los datos de búsqueda y métricas y tomar decisiones al respecto.
- Conocimientos de HTML, CSS, lenguajes de programación y gestión de blogs.

07

SEO SPECIALIST

Experto SEO.

MISIÓN

- Conseguir indexaciones de página adecuadas para que los buscadores posicionen, de forma natural, el contenido web entre los primeros resultados de búsqueda.
- Auditar e identificar áreas de mejora en los principales motores de búsqueda.
- Optimizar los resultados de búsqueda orgánicos de la compañía, a través de la creación y dirección de campañas de SEO (Search Engine Optimization).

FUNCIONES

- Crear estrategias avanzadas de SEO.
- Utilizar habilidades de programación y de diseño web básicas para efectuar la optimización SEO.
- Determinar el uso de las keywords más relevantes para el negocio en Redes Sociales y contenidos.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de redacción y comunicación.
- Conocimiento de HTML, CSS, lenguajes de programación y gestión de blogs.

08

SOCIAL CRM MANAGER

Responsable de la Relación Digital con Clientes.

MISIÓN

- Creación, puesta en marcha y seguimiento de las estrategias centradas en la relación con el cliente (on y off) a partir del análisis de patrones de comportamiento extraídos de datos internos del CRM y de datos externos.

FUNCIONES

- Elaborar la estrategia de CRM, que incluye las actividades a realizar, su planificación, presupuesto, plazos y análisis, y comparativa de resultados históricos.
- Liderar el plan de contactos por segmento de cliente con origen en los canales digitales y medios sociales.
- Mejorar la fidelización del cliente a través de campañas de CRM.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos sobre herramientas CRM, análisis y segmentación de datos-clientes.
- Marketing online, e-commerce, estrategias de ciclo de vida del cliente, investigación y estudios de mercado, análisis web/digital y e-mail marketing.

09

RTB MANAGER

Responsable de Conversión y Captación Programática.

MISIÓN

- Mejorar las campañas de captación de la empresa, bajando los costes y aumentando el número de conversiones mediante el uso de programas de compra programática y el estudio minuciosos de los clientes y sus perfiles.

FUNCIONES

- Ejecutar campañas estratégicas para maximizar el rendimiento de la inversión y los ingresos.
- Gestión y seguimiento de las campañas para asegurar los ingresos y objetivos perseguidos por el cliente.
- Resolución de problemas técnicos en la selección de perfiles de clientes potenciales y relacionados con la optimización de la campaña.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Amplios conocimientos en gestión de plataformas de RTB y conocimientos de marketing para gestionar campañas.
- Experiencia suficiente en SEM que permitan crear estructuras correctas de grupos de anuncios orientadas a los diversos públicos objetivos.

10

TRAFFIC MANAGER

Responsable de Tráfico web.

MISIÓN

- Facilitar las principales métricas de publicidad digital a través de la implementación de códigos de programación directamente en la landing de cliente o a través de un ad server.

FUNCIONES

- Configurar las cuentas de los anunciantes en los ad servers.
- Recepción de materiales y plan de traficado por parte del anunciante para el posterior envío de materiales a todos los soportes en campaña.
- Recepción de los píxeles de medición de los soportes para su correcta implementación y posterior comprobación.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Licenciatura / Grado en Publicidad, Marketing o Informática.
- Conocimientos de programación.
- Habilidades analíticas y de resolución de problemas.
- Capacidad de adaptación al cambio y rápido aprendizaje de nuevas plataformas tecnológicas.
- Nivel alto de inglés.

CONTENIDO DIGITAL

11

BRANDED CONTENT SPECIALIST

Experto en contenido digital de marca.

MISIÓN

- Diseñar un contenido de marca atractivo e interesante para crear audiencia y conectar con ella valiéndose de nuevos formatos audiovisuales.

FUNCIONES

- Crear engagement transmitiendo los valores asociados a la marca e incrementando el recuerdo de la misma mediante la generación de experiencias únicas.
- Conseguir rentabilizar el producto o servicio a través de una estrategia de branded content, aumentando las ventas a medio o largo plazo.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos sobre transmedia storytelling (narrativa transmedia).
- Capacidad de redacción, sintaxis y comprensión de entornos de comunicación 2.0.
- Conocimientos avanzados de gestores de contenido.

12

CONTENT MANAGER

Responsable de contenidos digitales.

MISIÓN

- Creación, definición e implantación de aquellos aspectos vinculados con los contenidos que generará la organización para su web, blogs y redes sociales.

FUNCIONES

- Crear, desarrollar y gestionar el contenido en función de las metas y objetivos de la empresa (previamente definidos en su estrategia).
- Seguimiento de los KPI y reporting.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Capacidad de redacción, sintaxis y comprensión de entornos de comunicación 2.0.
- Conocimiento avanzado de los formatos de publicación.
- Conocimientos avanzados de gestores de contenido.

13

COPYWRITER

Experto en redacción publicitaria digital.

MISIÓN

- Crear contenidos estratégicos para la empresa, marca o servicio que ayuden a la empresa a conectar con los clientes y a diferenciarse de la competencia con el objetivo de provocar una reacción clara y efectiva (posible conversión) en el usuario final.

FUNCIONES

- Diseñar y desarrollar la idea creativa de los mensajes para cada soporte elegido en el plan de acción.
- Estudiar el concepto que se desea comunicar a través de eslóganes publicitarios.
- Realizar pruebas preliminares de la campaña.
- Monitorizar la efectividad del mensaje comunicado.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Aptitudes para la comunicación escrita.
- Comprensión visual.
- Conocimientos de Marketing y herramientas de gestión de contenidos.

SOCIAL MEDIA

14

COMMUNITY MANAGER

Responsable de la gestión de comunidades y RR.SS.

MISIÓN

- Gestionar Redes Sociales, convirtiéndose en el punto de unión entre la marca, empresa o producto y la comunidad.
- Responsable de la comunicación y las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito social.

FUNCIONES

- Escuchar y responder conversaciones online y monitorizar las Redes Sociales para detectar menciones sobre la empresa.
- Dinamizar contenidos digitales en cualquier formato.
- Gestionar quejas de clientes y distribuirlas entre los departamentos correspondientes.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia y conocimientos en comunicación, así como en marketing, ventas, publicidad y periodismo.
- Buena redacción.
- Habilidades para implicar de forma activa a grupos de personas.

15

SOCIAL MEDIA MANAGER

Responsable de la Estrategia de Medios Sociales.

MISIÓN

- Creación, desarrollo e implantación de la estrategia de Social Media tanto a nivel de marca como de productos y servicios.
- Ser la voz de la empresa puertas afuera y la voz del cliente puertas adentro.

FUNCIONES

- Crear y desarrollar la identidad social online de la organización con el fin de dotar a la marca, empresa y sus productos de "personalidad" en la Red.
- Diseñar y redactar los diferentes protocolos de comunicación, gestión, y crisis.
- Coordinar el equipo de community managers.
- Analizar y reportar el resultado de las acciones realizadas.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en gestión de comunicación y conocimiento estratégico de las redes sociales.
- Capacidad para diseñar y proponer una estrategia corporativa única en canales sociales.

BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

16

DIGITAL ANALYST

Responsable de analítica digital.

MISIÓN

- Dar sentido y significado a los datos recopilados a través de las distintas herramientas de medición online (site centric y user centric).
- Formular recomendaciones estratégicas para las partes interesadas a través de informes, presentaciones y cuadros de mando, con el fin de alinear los objetivos de la compañía y los de medición online.

FUNCIONES

- Diseño, puesta en marcha y mantenimiento de estrategias de medición online.
- Desarrollar propuestas de optimización de los sitios online integrados en múltiples canales y plataformas.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Perfil técnico/ tecnológico con amplios conocimientos de marketing y estrategia de negocio.
- Dotes comunicativas para informar sobre los resultados de medición cuantitativos y cualitativos.

17

BIG DATA & DATA INTELLIGENCE ANALYST

Analista de Big Data e Inteligencia de Datos

MISIÓN

- Dar sentido y significado a los datos que se recogen en los proyectos de integración de Big Data de una compañía.
- Analizar los resultados de las estrategias de inteligencia de negocio, siendo parte fundamental en el proceso de recopilación de grandes cantidades de datos en diferentes formatos.
- Transformar datos en información relevante y útil para la compañía.

FUNCIONES

- Gestión del conocimiento en grandes bases de datos distribuidas.
- Liderazgo de planes de análisis de datos en entornos masivos como redes sociales, operadoras de telecomunicaciones, comercio electrónico, etc.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de programación (para interactuar con bases de datos) y específicos en las bibliotecas de análisis de datos.
- Conocimientos técnicos avanzados.

18

VISUAL DATA SCIENTIFIC

Responsable de Visualización de Datos de Negocio.

MISIÓN

- Facilitar la visualización de datos a través de la intersección dinámica de diseño y análisis. Comprensión crítica de contexto, audiencia y objetivo.

FUNCIONES

- Análisis y representación gráfica de grandes cantidades de datos.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de analítica y capacidad de gestión y creación de bases de datos, además de diseño visual.
- Experiencia en negocio, razonamiento científico y cuantitativo.

19

CUSTOMER INTELLIGENCE ANALYST

Analista de Inteligencia de Clientes.

MISIÓN

- El rol del Customer Intelligence Analyst consiste en utilizar los métodos y técnicas analíticas que permitan conocer al cliente y el impacto en el negocio.

FUNCIONES

- Impulsar mejoras operativas y aumentar la efectividad de campañas, medir la contribución en beneficios, personalización de ofertas o servicios, modelizar casos de negocio para llegar a los objetivos propuestos (retención de clientes, up-selling/cross-selling).
- Identificar las oportunidades de monetización mediante el análisis de datos, definir el plan de acción y administrar la implementación.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Titulación Universitaria en Ingeniería, Estadística, Económicas o Matemáticas.
- Conocimientos en el manejo de bases de datos y lenguaje de programación.
- Capacidad de entender el negocio y de comunicar insights.

E-COMMERCE

20

E-COMMERCE MANAGER

Responsable de comercio electrónico o tienda online.

MISIÓN

- Dirección de un comercio electrónico con el objetivo de obtener el mejor ROI posible.

FUNCIONES

- Preparar y liderar la Estrategia Digital adaptada al tipo de e-commerce, tipo de producto y territorio de alcance.
- Dirigir equipos de trabajo internos y externos en las diferentes áreas digitales (contenido, Social Media, SEO, SEM,...).

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Gran conocedor del producto o servicio y del sector que desarrolla, para así poder trabajar una estrategia de contenidos.
- Conocimientos de las plataformas tecnológicas más utilizadas, así como de estrategias de Marketing Digital y logística.

21

E-COMMERCE ANALYST SPECIALIST

Experto en analítica de comercio online.

MISIÓN

- Dar sentido y significado a los datos que se recogen a través de las diferentes herramientas de medición online en un e-commerce, con el objetivo de incrementar las ventas.
- Optimizar las rutas de conversión y de los canales o plataformas por los que acceden los clientes al negocio online.

FUNCIONES

- Diseño, puesta en marcha y mantenimiento de las estrategias de medición online para un e-commerce.
- Realización de recomendaciones estratégicas a través de informes, presentaciones y cuadros de mando.
- Análisis de la usabilidad web desde la perspectiva del cliente.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en comercio electrónico e integración de datos electrónicos para aprovechar las oportunidades de ventas disponibles a través de internet.
- Experiencia como analista de negocios con un perfil técnico, con amplios conocimientos de marketing y estrategia.
- Excelentes habilidades de organización y atención al detalle.

RECURSOS HUMANOS

22

E-RECRUITMENT MANAGER

Responsable de Reclutamiento Digital.

MISIÓN

- Ofrecer a la empresa los mejores perfiles utilizando para sus búsquedas todos los medios digitales disponibles.
- Atraer y retener talento.

FUNCIONES

- Comparar currículums de candidatos a través de diversas herramientas y técnicas, validando sus competencias y cualificación sin necesidad de contactar de forma directa y física con el interesado.
- Realizar preselecciones más precisas y apropiadas para los puestos a cubrir a partir de la depuración de los resultados obtenidos.
- Realización de pruebas y entrevistas personales digitales.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Formación en Recursos Humanos y gestión de personal.
- Habilidad en el uso de herramientas digitales de gestión de candidatos. Conocimientos de segmentación en redes sociales especializadas.

23

HUMAN RESOURCES ANALYST

Analista de Recursos Humanos.

MISIÓN

- Recoger y estudiar la información relacionada con los trabajos, los problemas y los costes que afectan a la empresas. Utilizar diversos tipos de gestores de datos para manejarlos de forma más eficiente y precisa.

FUNCIONES

- Reunir información externa sobre las diversas necesidades que tenga el director de Recursos Humanos para ofrecer ofertas, y políticas que se adapten al mercado actual.
- Gestionar los datos internos de la empresa para la mejora de los programas de formación de los empleados, la determinación de su satisfacción en el trabajo y mejorar la retención del talento.
- Maximizar la eficiencia mediante diversas herramientas para garantizar que ciertas responsabilidades se asignan a los empleados adecuados.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Licenciatura en Ciencias Empresariales, Recursos Humanos.
- Capacidad de análisis, comunicación y habilidades organizacionales.

DIGITAL SALES

24

DIGITAL ACCOUNT MANAGER

Ejecutivo de cuentas digitales.

MISIÓN

- La responsabilidad principal del Digital Account Manager es la gestión de cuentas en proyectos digitales.

FUNCIONES

- Gestionar la relación con la cartera de clientes y responsabilizarse de la consecución de objetivos.
- Desarrollo de acciones de captación de clientes.
- Definición y creación de propuestas digitales.
- Coordinación de las campañas de la cartera de clientes.
- Creación de cuadros de mando, monitorización de KPI.
- Evaluación de resultados y detección de oportunidades.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Planificación, manejo de tiempos y capacidad de anticipación.
- Enfocado a cliente, buen comunicador.
- Conocimientos y pasión por los medios digitales; interés por mantenerse permanentemente actualizado en el uso de herramientas y productos digitales.
- Experiencia en publicidad en plataformas digitales.

CIBERSEGURIDAD

25

CHIEF INFORMATION SECURITY OFFICER Director de Seguridad de la Información.

MISIÓN

- Establecer y mantener la visión empresarial, estrategia y programa dentro de la organización para garantizar que los activos de información estén adecuadamente protegidos.

FUNCIONES

- Salvaguardar los activos de la empresa, la propiedad intelectual, cumplimiento normativo y sistemas informáticos.
- Identificar los objetivos de protección y métricas en consonancia con el plan estratégico corporativo.
- Administrar el desarrollo y aplicación de la política de seguridad global, normas, directrices, procedimientos y gestión de incidencias.
- Definir la arquitectura de seguridad de red, acceso a la red y las políticas de monitorización.
- Desarrollar el plan operativo anual del área de seguridad.

COMPETENCIAS

- Conocimientos en estándares de seguridad, gestión de riesgos, normativa en seguridad y mejores prácticas.
- Experiencia en auditoría y áreas de Seguridad Corporativa.

PROFESIONES TECNOLÓGICAS

DEFINICIONES

TECH & BUSINESS INNOVATION

01

DESARROLLADOR DE APPS IOS Y ANDROID

Desarrollador de aplicaciones móviles IOS y Android.

MISIÓN

- Desarrollo de las apps en las tecnologías nativas de Google y Apple desde el inicio y hasta su publicación.

FUNCIONES

- Desarrollar el código de las app.
- Asegurar su correcto funcionamiento.
- Preparar las app para su publicación.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos avanzados de programación en Java y Objective-C.
- Se valora experiencia en metodologías ágiles de trabajo en equipos (Scrum, Kanban).
- Conocimiento de Xcode y Swift.

02

BACKEND DEVELOPER

Desarrollador del backend.

MISIÓN

- Desarrollar los componentes dinámicos de cualquier software y sus partes de gestión.

FUNCIONES

- Desarrollo de Web Services a medida.
- Conexión entre plataformas con distintas tecnologías (ERP, CRM, e-commerce).
- Creación y mantenimiento de Bases de Datos.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos básicos de java, asp.net (C #), PHP, JSP.
- Se valoran conocimientos de Python, Ruby.
- Conocimientos de Bases de Datos como MySQL o SQL Server.

03

DISEÑADOR DE UI/UX

Diseñador de interfaces y experiencia de usuario.

MISIÓN

- Dirección de arte del software.
- Definición del aspecto y comportamiento gráfico del software.
- Definición de la Experiencia de Usuario (UX).

FUNCIONES

- Definición de la User Interface (UI) y la User Experience (UX).
- Diseño de los componentes gráficos.
- Preparación de los paquetes de gráficos listos para ser usados en el desarrollo.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Uso en profundidad de software como Illustrator o Photoshop.
- Uso de Sketch.
- Conocimientos de CSS.
- Conocimientos de User Experience en las distintas plataformas (mobile, web, escritorio,...).

04

MODELADOR Y ANIMADOR 3D

Modelador y animador 3D.

MISIÓN

- Encargado de generar los elementos 3D necesarios para el proyecto y prepararlos para su utilización en el desarrollo.

FUNCIONES

- Modelado y animación 3D de escenarios, objetos y personajes.
- Creación de texturas.
- Conceptualización del arte.
- Definición del arte y la User Experience (UX) dependiendo del producto (Realidad Aumentada, videojuego, Realidad Virtual...) y el medio (mobile, PC...).
- Preparación de los paquetes para ser utilizados en el desarrollo.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Uso en profundidad de software como 3D Studio MAX o Maya.
- Uso de Unity para desarrollos de videojuegos en plataformas móviles.
- Entendimiento de las diferentes necesidades de cada plataforma (mobile, PC...).

05

DESARROLLADOR WEB

Desarrollador web.

MISIÓN

- Mantenimiento y la programación de una página web con el objetivo de hacerla atractiva y cómoda para los usuarios.

FUNCIONES

- Aplicación del diseño del proyecto.
- Desarrollo del proyecto para su óptimo funcionamiento.
- Favorecer la navegabilidad para el usuario y para los robots de los buscadores para mejor indexación.
- Implementación de las estrategias SEO.
- Aplicar las normas de Responsive Design a los sitios.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Manejo de Google Analytics y Webmaster Tools.
- Conocimiento avanzado de HTML5 y CSS3.
- Conocimiento de los protocolos de Internet (FTP, HTTP, POP, SMTP...).
- Configuración básica de un Servidor Web.
- Conocimientos medios de programación PHP.

SALARIOS MEDIOS

POSICIÓN	SALARIO MEDIO
CDO/Digital Manager	80.000 - 200.000 €
Digital Communication Director	60.000 - 120.000 €
Digital Transformation Project Manager	28.000 - 40.000 €
Digital Marketing Manager	50.000 - 120.000 €
Inbound Marketing Specialist	37.000 - 45.000 €
SEM & SEO Specialist	25.000 - 45.000 €
SEO Specialist	25.000 - 45.000 €
Social CRM Manager	35.000 - 55.000 €
RTB Manager	30.000 - 35.000 €
Traffic Manager	28.000 - 38.000 €
Branded Content Specialist	25.000 - 35.000 €
Content Manager	25.000 - 40.000 €
Copywriter	25.000 - 35.000 €
Community Manager	22.000 - 30.000 €
Social Media Manager	27.000 - 60.000 €
Digital Analyst	40.000 - 60.000 €
Big Data & Data Intelligence Analyst	40.000 - 90.000 €
Visual Data Scientific	40.000 - 90.000 €
Customer Intelligence Analyst	33.000-50.000 €
E-commerce Manager	50.000 - 150.000 €
E-commerce Analyst Specialist	25.000 - 35.000 €
E-recruitment Manager	35.000 - 50.000 €
Human Resources Analyst	30.000 - 45.000 €
Digital Account Manager	40.000 - 55.000 €
Chief Information Security Officer (CISO)	80.000 - 200.000 €

PROFESIONES TECNOLÓGICAS

POSICIÓN	SALARIO MEDIO
Desarrollador de apps iOS y Android	40.000 - 55.000 €
Backend Developer	30.000 - 50.000 €
Diseñador UI/UX	26.000 - 38.000 €
Modelador y Animador 3D	24.000 - 36.000 €
Desarrollador Web	30.000 - 45.000 €

CONCLUSIONES

Notable aumento de la demanda de profesionales digitales: el estudio Top 25 profesiones digitales 2017 está cerca de **duplicar** el número de ofertas analizadas con respecto al estudio de 2016.

En este estudio de 2017 se ha llevado a cabo una diferenciación entre las **profesiones digitales** –objeto de análisis- y las **posiciones tecnológicas**, que se han mantenido al margen del estudio y de las que, en adelante, se realizará otro estudio específico, dado el crecimiento de este tipo de profesiones. Entre las principales conclusiones en torno a las **profesiones digitales** cabe destacar:

- La aparición de dos nuevos ámbitos:
 - **Digital Sales**, con la posición de Digital Account Manager.
 - **Ciberseguridad**, con el perfil de Chief Information Security Officer (CISO).
- Crecimiento notable en la demanda de perfiles relacionados con el **análisis de datos**, en torno a los que aparecen dos nuevas posiciones:
 - **Traffic Manager**
 - **Customer Intelligence Analyst**

Estos dos perfiles se suman a los cuatro ya existentes y relacionados con la analítica: Digital Analyst, Big Data & Data

Intelligence Analyst, Visual Data Scientific, E-commerce Analyst Specialist y Human Resources Analyst.

- Dentro del ámbito del **Marketing Digital**, la posición del SEM Specialist se ha reconvertido a **SEM&SEO Specialist**, dado que el mercado demanda en la actualidad un perfil más multidisciplinar en detrimento de aquellos orientados específicamente al SEM.
- Se observa una **mayor especialización en las posiciones**, así como un crecimiento en la demanda de profesiones ejecutivas y directivas.

ÁMBITOS DIGITALES TOP

Con respecto al estudio anterior, los ámbitos de **mayor crecimiento** son:

- Contenido Digital
- E-commerce
- Big Data & Business Analytics
- Digital Sales

Mientras que los que han acusado una **mayor caída** son:

- Social Media
- Estrategia Digital
- Marketing Digital

PROFESIÓN DIGITAL TOP

El **Digital Marketing Manager** se mantiene como profesión más

demandada durante el estudio de 2017, con un **31%** de las ofertas.

VARIACIONES DESTACABLES EN PROFESIONES DIGITALES

- Entrada en el Top 10 del **E-commerce Manager**.
- Aumento de la demanda de perfiles **SEM&SEO Specialist**, que pasa de un 1% al **4%**.
- Caída en 4 puntos del **Digital Communication Director** (**3%** en el estudio de 2017 frente al 7% en 2016).

TOP 5 PROFESIONES DIGITALES MÁS DEMANDADAS POR LAS EMPRESAS DURANTE 2016

- Digital Marketing Manager
- Community Manager
- Social Media Manager
- Content Manager
- CDO/Digital Manager

DEMANDA DE ÁMBITOS POR CIUDADES:

Se mantiene la tendencia **creciente en la demanda de profesiones digitales**, tanto en Madrid como en Barcelona; prácticamente se han duplicado el número de ofertas recibidas y analizadas en este estudio de 2017, en comparación con 2016.

Madrid demanda más profesionales especializados en **analítica y Big Data**, mientras que en **Barcelona** son mayores las solicitudes de profesionales en torno al **e-commerce y contenidos digitales**.

TENDENCIAS

7 TENDENCIAS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA 2017

Fuente: Blog Íncipy

Durante el último año en Íncipy hemos sido testigos de cómo la transformación digital redefine cada parte de un negocio, convirtiéndose en la verdadera columna vertebral de cualquier plan estratégico. Mientras muchas organizaciones han centrado sus recursos y esfuerzos en la transformación digital a lo largo del 2016 (a través del análisis de datos, los servicios móviles y en la nube o las IoT), otras empresas se han quedado rezagadas y deberán “pisar” el acelerador de su proceso de transformación digital para alcanzar a las más avanzadas. Éstas últimas (se estima que representan tan solo el 19% de las grandes empresas españolas, según el último estudio de Íncipy), se dedicarán a mejorar sus procesos orientándose hacia alguna de estas tendencias.

Ha llegado el momento de descubrir cuáles son las 7 tendencias en Transformación Digital que desde Íncipy esperamos ver materializadas en 2017:

1. **Cultura digital.** Una nueva cultura más innovadora, transparente, conectada, flexible y ágil, que sitúe a los

- clientes en el centro de la organización.
2. **Competencias digitales y nuevas profesiones.** En 2017 se iniciará la década de mayor transformación del mundo laboral, donde las compañías potenciarán el talento con las competencias digitales.
 3. **Empleados de múltiples generaciones.** Por primera vez en la historia, coincidirán cinco generaciones distintas trabajando codo con codo. El reto será gestionar y liderar equipos diversos, así como complementar profesionales seniors con jóvenes que quieren y pueden “transformar el mundo”.
 4. **Realidad virtual.** Impactando en áreas como el Retail (como parte del proceso comercial en los puntos de venta), RR.HH. (formación y reclutamiento) o Marketing (como una nueva fórmula de probar los productos antes de comprarlos, crear nuevas experiencias,...).
 5. **Inteligencia artificial.** Transformará en menos de 5 años nuestras vidas, así como a todos los sectores de la economía y al mercado laboral a nivel mundial. Según Gartner, en 2018 las 200 empresas más grandes del mundo explotarán las aplicaciones inteligentes y utilizarán todas las herramientas del big data y de análisis para redefinir su oferta.
 6. **La experiencia del cliente interno y externo.** La Transformación Digital depende de la cultura corporativa y afecta al modelo de negocio, a la organización y, sobre todo, a situar al cliente y empleado en el centro de la organización,

ayudado por las nuevas tecnologías.

7. **Humanismo.** Líderes, ejecutivos, políticos, emprendedores y profesionales deben saber escuchar y conversar con personas, ciudadanos, clientes, empleados o stakeholders, y deben ejercer su responsabilidad con transparencia, ética, honradez y, sobre todo, pensando en las personas, en la Humanidad.

Como hemos visto, la cultura digital, las competencias digitales, la diversidad generacional en los equipos, la realidad virtual, la inteligencia artificial, la experiencia del cliente interno y externo y el humanismo son los ámbitos en los que se enmarcan las 7 tendencias clave en transformación digital de las organizaciones para este 2017.

Pero además de la evolución tecnológica, desde Íncipy creemos que la transformación digital exitosa requiere, sin lugar a dudas, de la colaboración entre los equipos, de la planificación y de la implicación de todas las personas de la organización.

10 HABILIDADES PARA SER MÁS ATRACTIVO Y COMPETITIVO EN LA ECONOMÍA DIGITAL

Fuente: World Economic Forum. Forbes México

Libérate de los prejuicios y del bloqueo de los paradigmas actuales. Conoce cuáles son las habilidades más innovadoras para lograr una adaptación efectiva y sencilla hacia la economía digital.

Durante los últimos años, el mundo ha experimentado grandes cambios tecnológicos que han exigido una reinención, no solo por parte de las empresas sino también de nosotros como personas. La cuarta revolución industrial ya está aquí y está cambiando la forma de interactuar entre nosotros y la manera de hacer negocios.

En este contexto, todas las empresas alrededor del mundo, están pensando en cómo cambiar sus modelos de negocio, sus procesos, cómo ser más tentadores para adquirir el mejor talento y cómo ser más simples y atractivos para sus clientes.

La velocidad, la información en tiempo real y el uso de herramientas tecnológicas innovadoras son pieza clave para lograr ser parte de esta revolución. Asimismo, el cambio de paradigmas y la reinención de las compañías a través de la interacción con clientes, networking, trabajo social y contar con

soluciones inmediatas, es fundamental para estar posicionados dentro de la economía digital.

Organizaciones como Google, Facebook y Amazon son ejemplos claros de la innovación que existe actualmente. Pero ¿cómo han logrado estas compañías tener esos modelos disruptivos que han marcado una nueva era? Sencillo, estas tres compañías fueron fundadas por empresarios menores de 30 años, por lo cual no tenían el bloqueo de los paradigmas actuales, ni estaban sujetos a ningún prejuicio. Cabe mencionar que estas empresas tienen un valor de mercado que sumado, equivale al PIB de México.

De acuerdo con un estudio de IDC, el 7% del PIB en Estados Unidos, proviene o está relacionado con la economía digital. En el caso de México está abajo del 3%, por lo que existe una gran oportunidad por parte de las empresas en este tema. A pesar de esto, el tema de telefonía y movilidad en nuestro país, es de primer mundo. Actualmente, al menos un 90% de los negocios ya están pensando o incluso están realizando un cambio alrededor de la economía digital.

Es una realidad que todo está cambiando y es necesario que nosotros como personas adoptemos habilidades que nos ayudarán a adaptarnos al tema de la economía digital de manera más sencilla.

A continuación estas son las 10 habilidades que, según el Foro Económico Mundial, serán esenciales en el 2020:

Velocidad para aprender: Debemos estar en constante búsqueda de conocimientos y aprendizajes. Esto siempre nos dará un mayor desarrollo intelectual y profesional.

Negociación: Este concepto se refiere a la habilidad para buscar un buen acuerdo.

Orientación de servicio: Enfocarse a dar siempre un excelente servicio al cliente.

Juicio y toma de decisiones: Los empleados deben poder tomar decisiones rápidas que siempre busquen lo mejor para el negocio.

Inteligencia emocional: Siempre mantener un estatus emocional estándar.

Trabajo en equipo: Poder confiar en la gente, saber repartir responsabilidades y siempre apoyarse entre sí para lograr los objetivos.

Manejo de gente: Motivar a la gente, crear un ambiente laboral agradable e impulsar el desempeño de cada uno de los

integrantes del equipo o la empresa.

Creatividad: Tener un compromiso con la innovación, siempre hacer algo nuevo e ideando proyectos para impulsar el crecimiento del negocio.

Pensamiento crítico: Saber ser crítico con uno mismo y cambiar aquello que no nos guste de nosotros.

Resolución de problemas complejos: Tener la capacidad de afrontar problemas, detectarlos y tomar medidas para resolverlos.

Además de estas 10 habilidades específicas que puede incorporar cualquier profesional de su área, específicamente en la industria de TI, se está buscando desarrollar las siguientes características:

- Desarrollar metodologías para encontrar soluciones creativas e innovadoras desde la perspectiva del cliente. Un ejemplo de ello es el uso de talleres de Design thinking una metodología que varias empresas han adoptado para la resolución de problemas a través de la creatividad y el diseño.
- Conocimiento de la industria del cliente: Conocer los indicadores de desempeño, sus tendencias, nuevos competidores, referencias tecnológicas y cómo se está transformando el cliente. Todo esto es importante para poder

asumir el rol de asesor.

- Profundidad en los procesos del cliente: Este concepto ha llevado a cambiar la estructura de la compañía. Es necesario que todas las áreas conozcan sobre los clientes y hablen su idioma para un mejor entendimiento.
- No perder de vista el “big picture” de la plataforma del cliente, esto se refiere a que la solución debe ser integrada de punta a punta. También debe dar información en tiempo real y debe ser inteligente. Los sistemas no solo sirven para llevar un control, también deben tener la capacidad de decir cuál es el siguiente movimiento. El ejemplo más claro de esto es la aplicación de Waze.
- Ganar experiencia en ventas, implementación y operación en soluciones: Con esto nos referimos a la posibilidad de hablar de soluciones y de cómo los modelos matemáticos pueden ayudar a predecir, crear redes de negocios y cómo mostrarle al cliente que va a tener resultados.

LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL TENDRÁ UN EFECTO DISRUPTIVO SOBRE EL EMPLEO, ¿PERO CÓMO?

Fuente: World Economic Forum, Johan Aurik

Hoy las tecnologías disruptivas están dictando nuestro futuro, a medida que las innovaciones difuminan cada vez más los límites entre los ámbitos físico, digital y biológico. Los robots ya están en nuestras salas de operaciones y restaurantes de comida rápida; hoy podemos usar imágenes en 3D y extracción de células madre para desarrollar huesos humanos a partir de las células del propio paciente, y la impresión en 3D está creando una economía circular en que podemos usar y reutilizar las materias primas.

Este tsunami de innovación tecnológica seguirá cambiando profundamente nuestra manera de vivir y trabajar, y cómo funcionan nuestras sociedades. En lo que hoy se llama la Cuarta Revolución Industrial, convergerán las tecnologías que alcanzan su mayoría de edad, como la robótica, la nanotecnología, la realidad virtual, la impresión 3D, la Internet de las Cosas, la inteligencia artificial y la biología avanzada. Y a medida que se las siga desarrollando y adoptando ampliamente, producirán cambios radicales en todas las disciplinas, sectores y economías, y en la manera como las personas, las compañías y las sociedades producen, distribuyen, consumen y desechan los bienes y servicios.

Asimismo, han dado origen a ansiosas preguntas sobre el papel que los seres humanos desempeñarán en un mundo dominado por la tecnología. Un estudio realizado por la Universidad de Oxford en 2013 estima que cerca de la mitad de los empleos de Estados Unidos se podrían perder debido a la automatización en las próximas dos décadas. Por otra parte, economistas como James Bessen, de la Universidad de Boston, argumentan que la automatización va de la mano con la creación de nuevos empleos. Entonces, cuál de las dos consecuencias es... ¿nuevos empleos o un desempleo estructural masivo?

En este punto podemos estar seguros de que la Cuarta Revolución Industrial tendrá un efecto disruptivo sobre el empleo, pero nadie puede predecir todavía la escala del cambio. Así que antes de tragarnos todas las malas noticias, deberíamos ver sus precedentes históricos, que sugieren que el cambio tecnológico tiende más bien a afectar la naturaleza del trabajo que la oportunidad de participar en el trabajo mismo.

La Primera Revolución Industrial movió la manufactura británica de los hogares a las fábricas y marcó el inicio de la organización jerárquica. Se trató de un cambio a menudo violento, como lo demostraron las famosas revueltas de los luditas en la Inglaterra de principios del siglo diecinueve. Para encontrar trabajo la gente

se vio obligada a migrar desde las áreas rurales a los centros industriales, y durante este periodo surgieron los primeros movimientos sindicalistas.

La Segunda Revolución Industrial vino de la mano de la electrificación, la producción a gran escala y las nuevas redes de transporte y comunicaciones, y creó nuevas profesiones como la ingeniería, la banca y el profesorado. En ella surgieron las clases medias, comenzando a exigir nuevas políticas sociales y un mayor papel en el gobierno.

Durante la Tercera Revolución Industrial, los modos de producción se automatizaron más aún con la electrónica y las tecnologías de la comunicación y la información, y muchos empleos humanos pasaron de la manufactura a los servicios. Cuando los cajeros automáticos llegaron en los años 70, se supuso al principio que serían un desastre para los trabajadores de la banca, pero en realidad la cantidad de sucursales se elevó con el tiempo, a medida que bajaban los costes. La naturaleza del trabajo había cambiado: se volvió menos transaccional y más centrado en el servicio al cliente.

Cada revolución industrial anterior conllevó disrupción, y en la cuarta no será diferente. Si tenemos en mente las lecciones de la historia podemos gestionar el cambio. Para comenzar, tenemos

que centrarnos en las habilidades, no solo en los empleos específicos que vayan a surgir o desaparecer. Si determinamos las habilidades que necesitemos, podemos educar y entrenar a la fuerza de trabajo humana para aprovechar la totalidad de las nuevas oportunidades que cree la tecnología. Los departamentos de recursos humanos, las instituciones educacionales y los gobiernos deberían liderar este esfuerzo.

En segundo lugar, la experiencia del pasado ha mostrado una y otra vez que es necesario proteger las clases más desposeídas: los trabajadores vulnerables al desplazamiento por parte de la tecnología deben tener el tiempo y los medios para adaptarse. Como vimos en 2016, puede haber consecuencias de largo alcance cuando un alto nivel de desigualdad en las oportunidades y resultados hace que la gente crea que en el futuro no hay lugar para ellos.

Por último, pero no menos importante, para asegurarnos de que la Cuarta Revolución Industrial se traduzca en crecimiento económico y frutos para todos, debemos colaborar entre todos para crear nuevos ecosistemas normativos. Los gobiernos tendrán un papel crucial en esto, pero los líderes empresariales y comunitarios también habrán de colaborar con ellos para determinar las regulaciones y estándares correspondientes para las nuevas tecnologías e industrias.

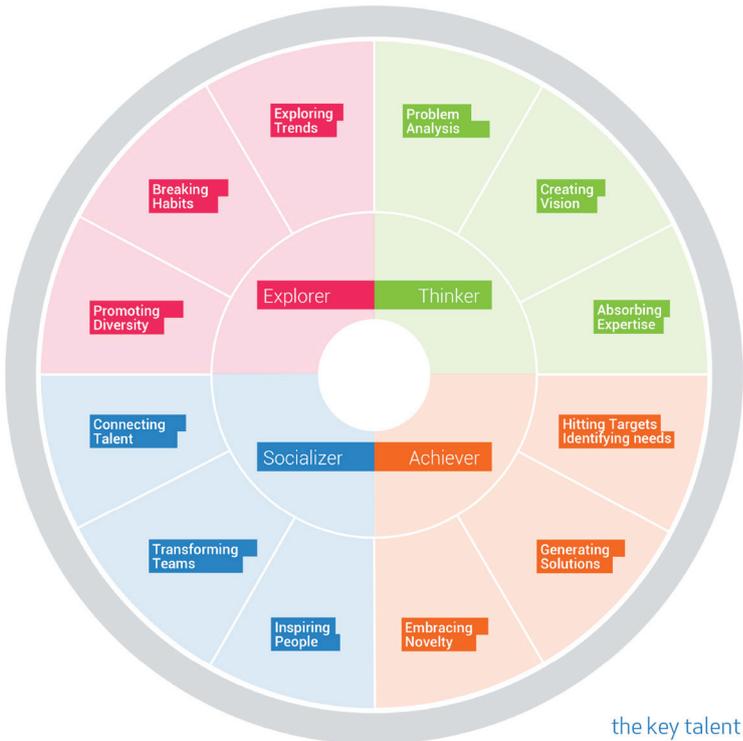
No me hago ilusiones de que esto vaya a ser fácil. La política, no la tecnología, marcará el ritmo del cambio, e implementar las reformas necesarias será un trabajo lento y difícil, especialmente en las democracias. Requerirá una combinación de políticas de vanguardia, marcos normativos ágiles y, sobre todo, alianzas eficaces más allá de los límites de las naciones y las organizaciones. Un buen modelo a tener en mente en el sistema de “seguridad social flexible” de Dinamarca, en que un mercado laboral flexible va acompañado de una sólida red de seguridad social que incluye servicios de capacitación y actualización de las habilidades para todos los ciudadanos.

Puede que la tecnología avance con rapidez, pero no producirá el colapso del tiempo mismo. Los trascendentales (de hecho, revolucionarios) cambios por delante ocurrirán a lo largo de varias décadas, no como un Big Bang. Las personas, compañías y sociedades tienen tiempo para adaptarse, pero no hay tiempo que perder. Debemos comenzar ahora la creación de un futuro en el que todos podamos beneficiarnos.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS DIGITALES

La transformación digital requiere de nuevos conocimientos, habilidades y competencias digitales en los profesionales. Según el modelo de referencia, existen 12 competencias básicas digitales agrupadas en cuatro áreas: **Explorer**, **Thinker**, **Socializer** y **Achiever**.



Cada una de las cuatro áreas identifica un perfil concreto, en el que prevalecen determinadas competencias.

EXPLORER

- **Exploring Trends:** potencial y energía para conocer e incorporar nuevas soluciones del mercado y aprovecharlas en su ámbito profesional.
- **Promoting Diversity:** potencial para trabajar en equipos multiculturales, promoviendo un ambiente de respeto y responsabilidad hacia las diferencias individuales y de opinión, como medio para conseguir los mejores resultados.
- **Breaking Habits:** potencial para actuar con convicción, rompiendo hábitos cuando es necesario.

THINKER

- **Creating Vision:** potencial para identificar necesidades y desarrollar una visión nueva y realista del negocio en un entorno digital, logrando construir una estrategia operativa viable a largo plazo.
- **Problem Analysis:** potencial para analizar información compleja con el fin de sintetizarla y presentarla de modo sencillo y fidedigno.
- **Absorbing Expertise:** potencial para construir el propio aprendizaje de manera ágil, haciendo uso de medios disponibles y conectando el conocimiento procedente de terceros.

SOCIALIZER

- **Transforming Teams:** potencial para desarrollar las habilidades de equipos (incluso virtuales y deslocalizados) para conseguir los objetivos y resultados definidos con los medios disponibles.
- **Connecting Talent:** potencial para crear redes productivas a través de

contenidos y fórmulas novedosas con el objetivo de ampliar las fronteras de negocio y clientes.

- **Absorbing Expertise:** potencial para transmitir mensajes de manera convincente, logrando persuadir a sus interlocutores (inclusive a través de canales y recursos digitales).

ACHIEVER

- **Embracing Novelty:** potencial para responder ante el cambio e incertidumbre, integrándolos dentro de sus responsabilidades.
- **Generating Solutions:** actuar de manera ágil y resolutive, eligiendo los recursos oportunos y con un enfoque pragmático.
- **Hitting Targets/Identifying Needs:** potencial de, al negociar, identificar el conocimiento y necesidades subyacentes a lo manifestado por la otra parte respondiendo eficazmente ante la diferencia de criterios, para lograr un acuerdo beneficioso.

En 2020 llegará la 4ª Revolución Industrial y, con ella, la robótica avanzada, realidad, virtual, inteligencia artificial, materiales inteligentes, nanotecnología, biotecnología, ... Estos avances transformarán nuestra forma de vida y trabajo. Algunos trabajos desaparecerán, otros cobrarán protagonismo y también aparecerán un gran número de profesiones y perfiles profesionales que actualmente no existen. Todo esto provocará el cambio en las competencias que el mercado demanda a las personas, por lo que todos los profesionales, para seguir siendo competitivos, deberán adaptarse e incorporar las nuevas competencias que se están identificando y definiendo.

PROFESIONES VS ESTUDIOS

	ÁMBITOS Y PUESTO	POSGRADOS / MÁSTER
ESTRATEGIA DIGITAL		
1	CDO/Digital Manager	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Digital Business Executive Program en Transformación Digital de la Empresa
2	Digital Communication Director	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Social Media & Branded Content Posgrado en Comunicación Digital & Social Media
3	Digital Transformation Project Manager	<ul style="list-style-type: none"> Executive Program en Transformación Digital de la Empresa Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
MARKETING DIGITAL		
4	Digital Marketing Manager	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Marketing Digital & Social Media Máster en Marketing Digital & Analítica Digital Executive Program en Transformación Digital de la Empresa Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
5	Inbound Marketing Specialist	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Marketing Digital & Social Media Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
6	SEM & SEO Specialist	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Marketing Digital y SEO & SEM Posgrado en SEO & SEM
7	SEO Specialist	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Marketing Digital y SEO & SEM Posgrado en SEO & SEM
8	Social CRM Manager	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Marketing Digital & Analítica Digital Posgrado en Customer Intelligence
9	RTB Manager	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Marketing Digital & SEO y SEM
10	Traffic Manager	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Marketing Digital & Analítica Digital
CONTENIDO DIGITAL		
11	Branded Content Specialist	<ul style="list-style-type: none"> Máster en Social Media & Branded Content Posgrado en Branded Content & Transmedia Storytelling

	ÁMBITOS Y PUESTO	POSGRADOS / MÁSTER
12	Content Manager	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Comunicación Digital & Social Media • Posgrado en Branded Content & Transmedia Storytelling
13	Copywriter	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Comunicación Digital & Social Media • Posgrado en Branded Content & Transmedia Storytelling

SOCIAL MEDIA

14	Community Manager	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Comunicación Digital & Social Media
15	Social Media Manager	<ul style="list-style-type: none"> • Máster en Social Media & Análítica Digital • Posgrado en Comunicación Digital & Social Media

BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

16	Digital Analyst	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Análítica Digital • Posgrado en Customer Intelligence
17	Big Data & Data Intelligence Analyst	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Análítica Digital • Posgrado en Customer Intelligence
18	Visual Data Scientific	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Análítica Digital • Posgrado en Customer Intelligence
19	Customer Intelligence Analyst	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Customer Intelligence

E-COMMERCE

20	E-commerce Manager	<ul style="list-style-type: none"> • Máster en Marketing Digital & E-commerce • Posgrado en Marketing Digital & E-commerce
21	E-commerce Analyst Specialist	<ul style="list-style-type: none"> • Máster en Marketing Digital & E-commerce • Posgrado en Análítica Digital + Especialización en E-commerce

RECURSOS HUMANOS

22	E-recruitment Manager	<ul style="list-style-type: none"> • Executive Program en Innovación de los RR.HH.
23	Human Resources Analyst	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Análítica Digital

DIGITAL SALES

24	Digital Account Manager	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
----	-------------------------	---

CIBERSEGURIDAD

25	Chief Information Security Officer (CISO)	<ul style="list-style-type: none"> • Posgrado en Dirección de Ciberseguridad
----	---	---

AGRADECIMIENTOS

Directores del Estudio

- Joana Sánchez
- Ana Sánchez-Blanco
- Javier Sancho

Coordinadores técnicos

- Marc Rius
- Marta Fernández
- Kristina Kellerer

Maquetación y diseño

- Javier Cabezas
- María Gil

Colaboradores

- Mireia Ranera
- Fernando Ramoneda
- Carmen María Martínez
- Santiago San Antonio
- Roger Pastor
- Mikel Rufián
- Sara García-Morato
- Esmeralda Díaz-Aroca
- María Redondo
- Armando Liussi
- Pau Llambí
- Lluís Serra

Agradecemos la colaboración de Incipy, Indigital Advantage y la Asociación Cataluña Apps.

“En un futuro muy cercano no tendremos los mismos trabajos que tenemos hoy, pero se crearán nuevos puestos de trabajo. Debemos capacitar a las personas brindándoles la educación y las oportunidades adecuadas. Creo que hay mejores días por delante, aunque esto depende de que tomemos nuestras tecnologías más prometedoras — y las adaptemos— para ayudar a las personas y crear oportunidades en todos los niveles”.

Devin Wenig, presidente y CEO de eBay





JOANA SÁNCHEZ



ANA SÁNCHEZ-BLANCO

La 4ª Revolución Industrial en la que estamos inmersos va a suponer la redefinición de puestos de trabajo, procesos de negocio y la adaptación de los productos y servicios que ofrecemos en todas las empresas y sectores. Los avances tecnológicos son exponenciales y están acelerando los procesos de Transformación Digital en las empresas. Esto supone la reorientación de toda la organización hacia un modelo eficaz de relación digital en cada una de sus actividades y relaciones con los diferentes actores sociales con los que interactúa. Para abordar con éxito esta transformación debemos formar a nuestros equipos e incorporar perfiles digitales y tecnológicos altamente cualificados, con la actitud y competencias necesarias para abordar todos estos cambios de manera rápida, creativa e innovadora.



Con la colaboración de:



incipy

your digital
strategy partner



indigital
Advantage

Puedes descargar el estudio en la web de Inesdi www.inesdi.com