

Tirada: 34.928	CincoDías	Superficie: 470 cm²	Ocupación: 41.7%	Valor: 4.774,83 €	Página: 20
Difusión: 25.112					
(O.J.D)	Economico	Diaria			
Audiencia: 87.892	Economía				
Ref: 7510884	2ª Edición	26/05/2016			



Los perfiles más buscados en la era digital



PILAR LLÁCER

Directora del Senior Management Program in Digital Talent de ICEMD

Para buscar talento en los actuales mercados profesionales, lo primero que tiene que definir la empresa es la cultura y valores que ofrece a las personas, identificar los canales más adecuados para encontrar el talento y construir mensajes realmente atractivos, innovadores y diferentes según el canal. Encontrar talento ha dejado de ser responsabilidad solo de los departamentos de recursos humanos y de selección, ahora todas las personas de la compañía tienen que estar involucradas en este proceso de convertir la organización en una marca que enamore a los candidatos.

Por otro lado, las cualidades en los nuevos perfiles que más se valoran son el compromiso por proyecto, la confianza, la transparencia, la ejemplaridad, la pasión, un perfil emprendedor y una inagotable capacidad de aprendizaje. Profesionales que se sientan orgullosos de la marca y del equipo de personas con las que trabajan, con

capacidad de resolver problemas en situaciones de incertidumbre y sobre todo, con pensamiento crítico. Se valora más la capacidad de aprendizaje de los candidatos, no tanto su conocimiento técnico sobre las herramientas, ya que estas cambian continuamente. En este sentido, hablamos no solo de las competencias digitales que son básicas para desarrollar el trabajo en los entornos actuales, sino también de la importancia de la actitud del talento.

La gestión de *millennials*, la reputación de la marca en la mano de todos los empleados, qué acciones se pueden llevar a cabo de forma inmediata para convertir a los empleados en tus mejores clientes o aprender cómo gestionar personas diversas aplicando la tecnología son otras variables a tener muy en cuenta por los departamentos de recursos humanos. Además, hay que tener en cuenta que ha cambiado la forma de interactuar y de liderar a los equipos, el im-

pacto de la tecnología y la diversidad cultural, generacional y de género, que exigen un nuevo rol de liderazgo.

La Feria de Empleo Digital ha sido una oportunidad única para comprobar el nivel de talento digi-

Se valora más la capacidad de aprendizaje, no un conocimiento técnico de las herramientas

tal en nuestro país. Una de las reflexiones básicas para responder a esta pregunta es si desde las etapas educativas se está orientando a las personas al talento que necesitan las empresas. No hay un talento único. Los entornos VUCA (volátiles, inciertos, completos y ambiguos) exigen personas con pensamiento crítico, pero sobre todo requieren una transformación de la cultura de las organizaciones que enfoque, adapte y per-

sonalice su estilo de liderazgo a la diversidad global de talento.

Según un estudio que hemos realizado sobre competencias digitales en la empresa española, solo una cuarta parte de las compañías (27%) cuenta con un puesto específico que desarrolle las funciones digitales. Entre las labores más implementadas están las relacionadas con la web y su rendimiento. Así, un 33% de las firmas cuentan con un responsable de contenido digital y un 31% con un *web master*. Le siguen el puesto de *social media manager* y el experto de comunicación digital que ya existe en un 29% de las compañías consultadas.

El responsable del marketing digital (28%), el analista web (27%), el especialista en posicionamiento web (27%), el responsable de *ecommerce* y el de experiencia de cliente, ambos con un 25%, son otros perfiles que las empresas están incorporando. Por último, los puestos digitales menos implementados en las compañías son el

business intelligence manager y el desarrollador de *apps*, con un 24% y un 23%, respectivamente.

Estos son los perfiles más habituales, pero me gustaría destacar la importancia de realizar una transformación digital en todas las áreas de la empresa, con especial hincapié en la gestión de personas. La estrategia digital de la compañía tiene que estar dirigida y ser coherente para todos los *stakeholders*, por ello se requiere no solo perfiles TIC, sino que los perfiles profesionales de todas las áreas estén formados en las principales competencias digitales para adaptar su trabajo con un foco común de transformación digital.

Según el estudio mencionado, el 78% de las empresas tiene previsto invertir en formación en materia digital en los próximos dos años. Esta formación será básica a todos los niveles y, para ello, será fundamental contar con directores de personas que orienten e impulsen la transformación digital para todos los *stakeholders*.