

# TOP 25

# PROFESIONES

# DIGITALES 2016

INESDI DIGITAL BUSINESS SCHOOL







inesdi  
Digital Business School

# **TOP 25**

# PROFESIONES

# DIGITALES 2016



ESTUDIO INESDI

ESTUDIO INESDI  
TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2016  
**4ª edición, Abril 2016**



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

DEFINICIONES PROFESIONES DIGITALES 2016 P. 33

SALARIO MEDIO P. 61

CONCLUSIONES P. 63

TENDENCIAS P. 67

COMPETENCIAS P. 81

ESTUDIOS REQUERIDOS POR PROFESIÓN P. 83

AGRADECIMIENTOS P. 85



# PRÓLOGO

---

A la hora de incorporar perfiles digitales a sus equipos, las empresas actuales 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.

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

**165**

OFERTAS  
ANALIZADAS

**104**

EMPRESAS  
ESTUDIADAS

**25**

PROFESIONES  
DIGITALES

**9**

ÁMBITOS  
DIGITALES



# FICHA TÉCNICA

---

## **Muestra**

El estudio se ha realizado a partir de 165 ofertas laborales publicadas en la bolsa de empleo de Inesdi durante el año 2015.

## **Ámbito**

Las ofertas laborales han sido segmentadas para las provincias de Madrid y Barcelona, siendo categorizadas en base a posiciones digitales descritas en este estudio.

## **Nomenclatura de profesiones**

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

Se han seguido normas de nomenclatura comunes que permiten extrapolar cada puesto de trabajo al ámbito nacional e internacional.

Las profesiones se han definido por un equipo técnico formado por los directores de los posgrados y el equipo docente y de investigación de **Inesdi Digital Business School e Indigital Research**.



# METODOLOGÍA

---

7 profesiones incluidas en este Top 25 no aparecen entre las 165 ofertas analizadas, sin embargo se han considerado por ser profesiones destacadas en reputados estudios internacionales publicados durante 2015: Growth Hacking Manager, RTB Manager, Big Data Analysts, Visual Data Scientist, E-Recruitment Manager, HR Analyst y Virtual Reality Architect.

Un 13% de las empresas han definido con ambigüedad los puestos ofertados, cifra muy inferior a la que registró el estudio TOP 25 Profesiones Digitales 2014, donde se analizaron un 87% de ofertas orientadas a profesionales digitales descritas con ambigüedad.

Este dato supone una MAYOR MADUREZ EN EL CONOCIMIENTO DIGITAL DE LAS EMPRESAS, que ya abordan su TRANSFORMACIÓN DIGITAL de forma más profesional, planificada y por consiguiente, con mayor probabilidad de éxito.

Las 165 ofertas analizadas se han clasificado en 9 grandes ámbitos digitales:

1. Recursos Humanos – Nuevo ámbito
2. Marketing Digital
3. Estrategia Digital
4. Social Media
5. Contenido Digital & Branded Content
6. Big Data & Business Analytics
7. E-commerce
8. Diseño & Desarrollo Digital
9. Tech & Business Innovation

Recursos Humanos se incluye como nuevo ámbito digital, respecto a la edición 2015 de este mismo estudio, debido al papel protagonista que ha adquirido en la Transformación Digital y la demanda creciente de profesionales de RR.HH. con conocimientos digitales.

Otra diferencia en esta clasificación de ámbitos digitales, respecto al estudio de 2015, es la incorporación de Tech & Business Innovation y la desaparición de Mobile Marketing (que pasa a fusionarse con Marketing Digital).

En esta edición 2016 del estudio Top 25 Profesiones Digitales se han definido seis nuevas profesiones:

- **Growth Hacking Manager**
- **Visual Data Scientifics**
- **E-recruitment Manager**
- **Human Resources Analyst**
- **Virtual Reality Architect**
- **RTB Manager**

#### PUESTOS OFERTADOS POR ÁMBITO DIGITAL

	ÁMBITOS Y PUESTO	DESCRIPCIÓN	AÑO*
<b>ESTRATEGIA DIGITAL</b>			
1	Digital Manager	Responsable de Estrategia Digital	2014
2	Digital Communication Specialist	Experto en Comunicación Digital	2014
3	Digital Project Manager	Responsable de Proyectos Digitales	2014
<b>MARKETING DIGITAL</b>			
4	Digital Marketing Manager	Responsable de Marketing Digital	2014
5	Inbound Marketing Specialist	Experto en Inbound Marketing	2015
<b>6</b>	<b>Growth Hacking Manager</b>	<b>Experto en desarrollos virales</b>	<b>2016</b>
7	SEM specialist	Experto en SEM	2014
8	SEO Specialist	Experto en SEO	2014
9	Social CRM	Responsable de la relación digital con clientes	2014
<b>10</b>	<b>RTB Manager</b>	<b>Responsable de Conversión y Captación Programática</b>	<b>2016</b>
11	Digital Media Planner	Planificador de Medios Digitales	2015

\*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 OFERTADOS POR ÁMBITO DIGITAL

	ÁMBITOS Y PUESTO	DESCRIPCIÓN	AÑO*
--	------------------	-------------	------

**CONTENIDO DIGITAL**

12	Branded Content Specialist	Experto en Contenido Digital de marca	2015
13	Content Manager	Responsable del Contenido Digital	2014
14	Copywriter	Experto en Redacción Publicitaria	2015

**SOCIAL MEDIA**

15	Community Manager	Responsable de Gestión de Comunidades y Redes Sociales	2014
16	Social Media Manager	Responsable de la estrategia de medios sociales	2014

**BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS**

17	Digital Analyst	Analista Digital	2014
18	Big Data Analyst	Experto en Big Data	2015
<b>19</b>	<b>Visual Data Scientific</b>	<b>Responsable de Visualización de Datos de Negocio</b>	<b>2016</b>

**E-COMMERCE**

20	E-commerce Analyst Specialist	Experto en Análítica para Comercio Electrónico	2015
21	E-commerce Manager	Responsable de e-commerce	2014

**RECURSOS HUMANOS**

<b>22</b>	<b>E-recruitment Manager</b>	<b>Responsable de Reclutamiento Digital</b>	<b>2016</b>
<b>23</b>	<b>Human Resources Analyst</b>	<b>Analista de Recursos Humanos</b>	<b>2016</b>

**DISEÑO Y DESARROLLO DIGITAL**

24	Web Developer & Designer Manager	Desarrollador Web	2014
----	----------------------------------	-------------------	------

**TECH & BUSINESS INNOVATION**

<b>25</b>	<b>Virtual Reality Architect</b>	<b>Arquitecto de Realidad Virtual</b>	<b>2016</b>
-----------	----------------------------------	---------------------------------------	-------------

\*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.

**NOTA:** Respecto al estudio anterior (Top 25 Profesiones Digitales 2015) no se describen en este estudio las siguientes profesiones digitales:

- App Developer/ Mobile Designer
- Mobile Marketing Manager
- Chief Marketing Technologist
- 3D Printing Specialist
- Open Data Specialist
- Conversion Rate Optimization Specialist

En esta edición del estudio se incluyen las siguientes novedades:

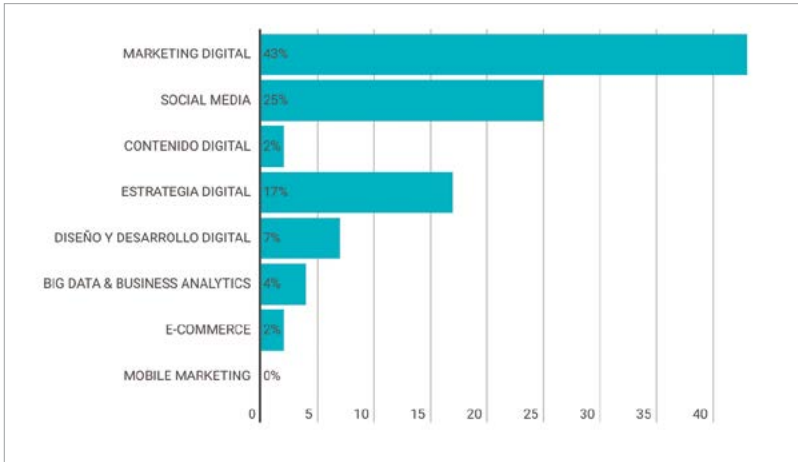
- Competencias digitales deseables para cada profesión.
- Salario medio por profesión.
- Tendencias digitales en ámbitos directivos y tecnológicos.
- Nuevos cargos digitales en los equipos directivos.
- 7 tecnologías novedosas que marcarán el futuro.
- Competencias profesionales del futuro.





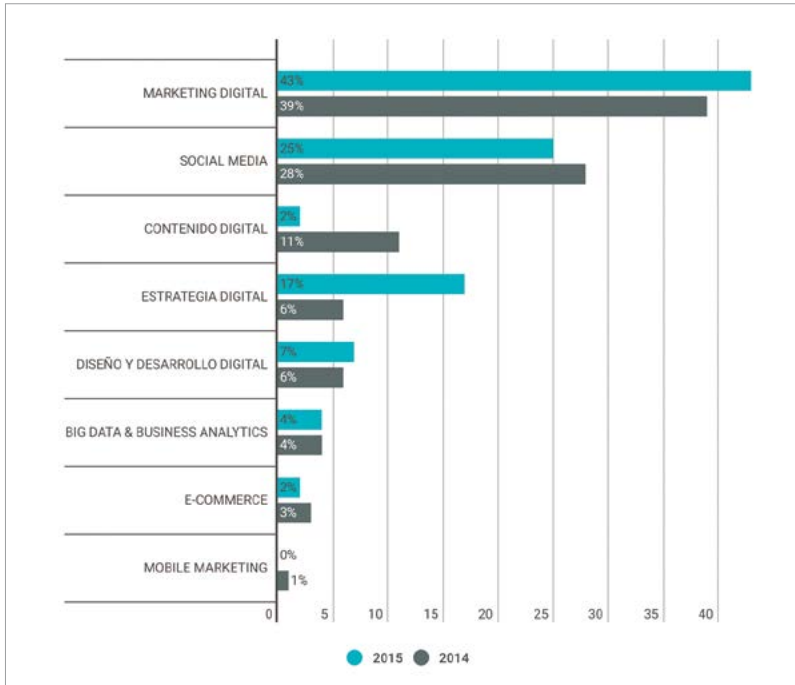
# RESULTADOS

El **68%** de las ofertas laborales se engloban en los ámbitos de **Marketing Digital** y **Social Media**.

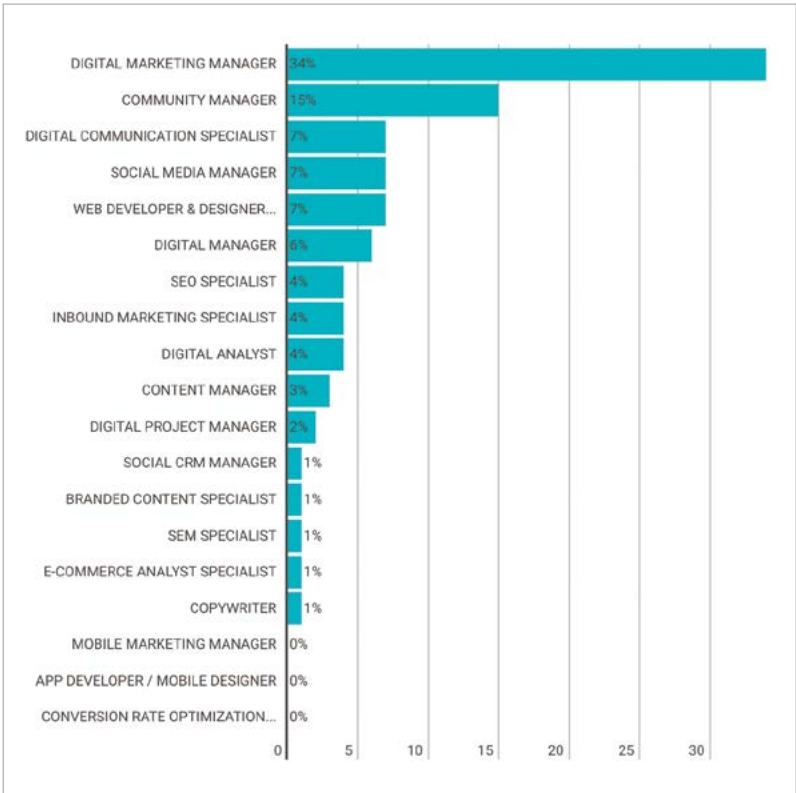


- En el estudio anterior (Top 25 Profesiones Digitales 2015) los ámbitos de **Marketing Digital** y **Social Media** también aglutinaban el **68%** de las ofertas, se confirma que ambas especialidades mantienen una gran demanda de profesionales.

Se ha identificado un incremento de un **4%** en las ofertas de **Marketing Digital** respecto al año anterior. Las ofertas de **Social Media** descienden un **3%**.

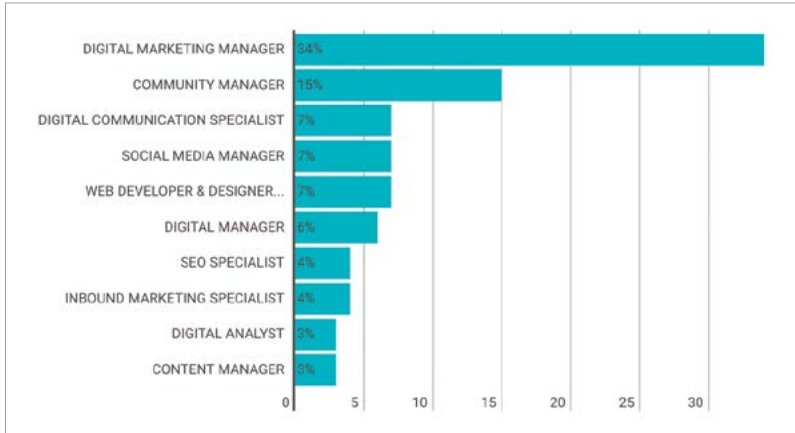


**Digital Marketing Manager** fue la profesión más demandada durante 2015, copando un **34%** de las ofertas.



## COMPARATIVA TOP TEN PROFESIONES DIGITALES MÁS DEMANDADAS RESPECTO EL AÑO ANTERIOR

### Ofertas 2015



### Ofertas 2014



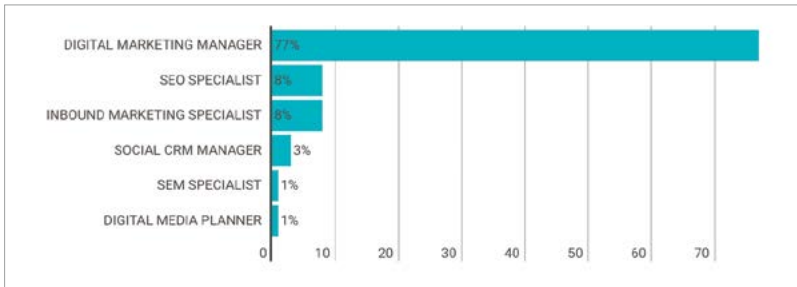
- **Digital Marketing Manager** se mantiene como la profesión más demandada respecto a 2014, pasando de copar un 31% de las ofertas a un **34%**.
- Las ofertas de **SEO Specialist** han sumado el **4%** del total, un 1% menos respecto a 2014.
- **Inbound Marketing Specialist** supuso el **4%** de las ofertas.
- **Digital Analyst** se mantiene constante respecto al anterior estudio.
- **Content Manager** se sitúa como el descenso más importante pasando de una presencia del 9% al **3%**.
- **Community Manager** mantiene la segunda posición, aunque desciende un 3% (pasa del 18% al **15%**).
- El estudio revela un aumento en la demanda de **Digital Communication Specialist** que pasa del 3% al **7%** de las ofertas.
- Desciende la demanda de **Social Media Manager**, que en 2014 supuso un 10% y en 2015 fue de un **7%**.
- **Web Developer & Designer Manager** se sitúa como la quinta profesión digital más demandada con un **7%** de las ofertas (frente al 5% de 2014).
- **Digital Manager** se perfila como una profesión de demanda creciente, pasando de un 2% a un **6%**.
- La demanda de **SEO Specialist** ha supuesto el **4%** de las ofertas durante 2015, frente al 5% de 2014.

- **Inbound Marketing Specialist** entra en el Top Ten de profesiones más demandadas con un **4%** de las ofertas.
- **Digital Analyst** se mantiene constante respecto al estudio de 2014.
- **Content Manager** se sitúa como el descenso más importante, pasando de una presencia del 9% en las ofertas de 2014 al **3%** en las de 2015.

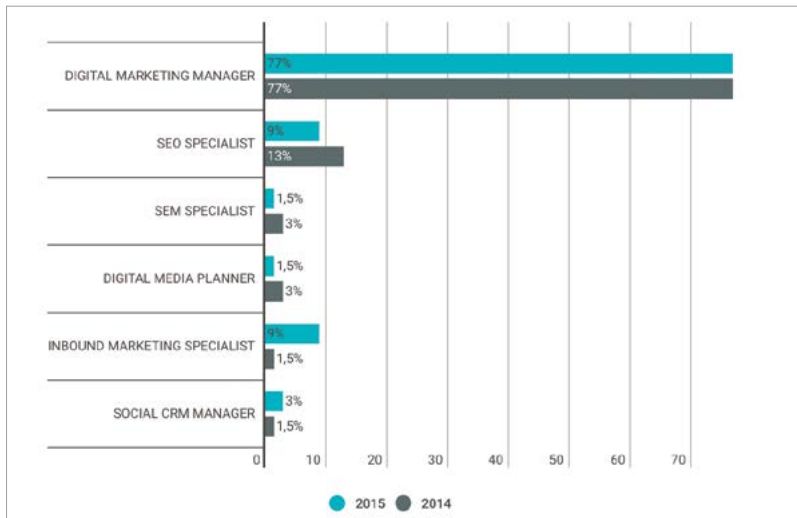
# ANÁLISIS POR ÁMBITO DIGITAL

## MARKETING DIGITAL

Destaca la gran demanda de **Digital Marketing Managers**.



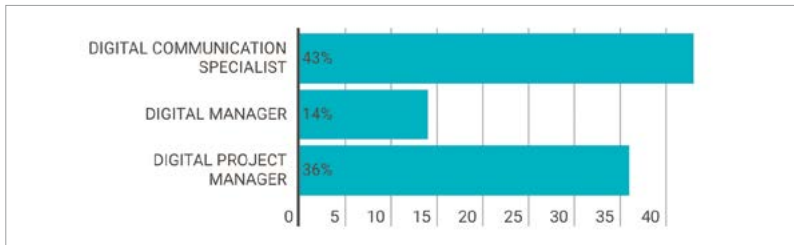
Se ha registrado un aumento prominente en las ofertas laborales orientadas a **Inbound Marketing Specialist**, pasando del 1,5% registrado en 2014 a un **9%** en 2015.



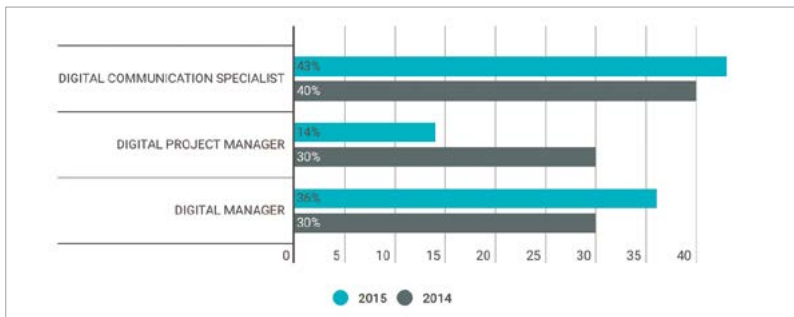
## ESTRATEGIA DIGITAL

El **17%** del total de las ofertas de empleo se englobaron en el área de **Estrategia Digital**.

Por profesión, las empresas demandaron sobre todo **Digital Communication Specialist (43%)**, **Digital Project Manager (36%)** y **Digital Managers (14%)**.



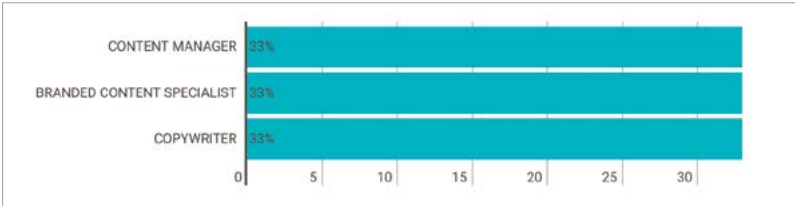
La demanda de **Digital Project Manager** descendió en 2015 respecto a 2014, sin embargo la de **Digital Communication Specialist** aumentó un **3%** y la de **Digital Manager** más un **6%**.



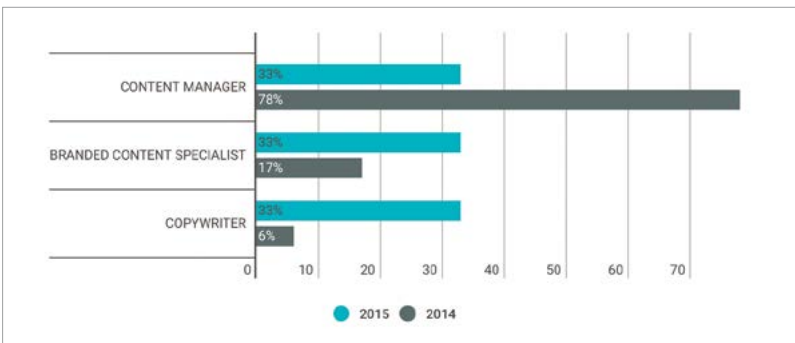


## CONTENIDO DIGITAL

Se consolidan dos especialidades surgidas durante 2015:  
**Content Manager** y **Copywriter**.

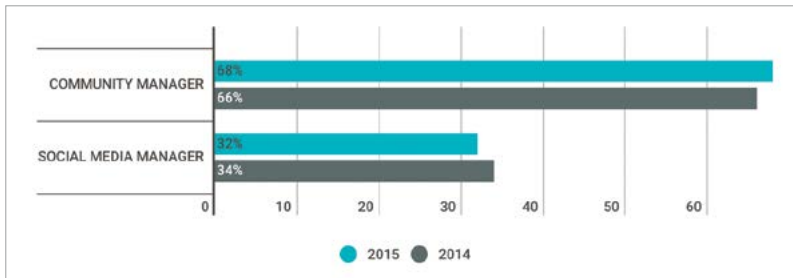


Respecto a 2014 se ha registrado un descenso del **45%** en las ofertas de **Content Manager**. Por el contrario se ha registrado un aumento del **16%** en las ofertas de **Branded Content Specialist** y del **27%** en las de **Copywriter**.



## SOCIAL MEDIA

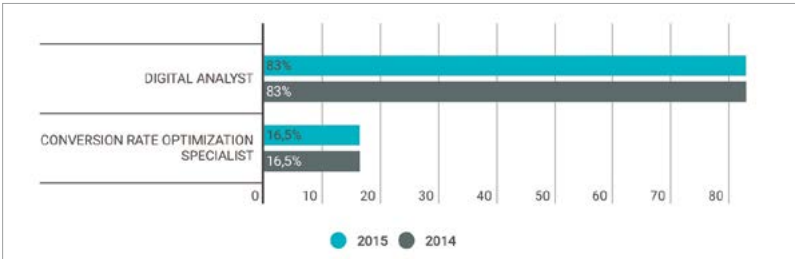
Aunque con una bajada de un 3% respecta a 2014, **el ámbito se mantiene como segundo más demandado**, agrupando el 25% de las ofertas que se han registrado durante el 2015.



Se observa una mínima variación en ambas profesiones, en este 2015, los **Community Manager** han estado casi un **2%** más solicitados que el año anterior y los **Social Media Manager** han descendido casi un 2%.

## BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

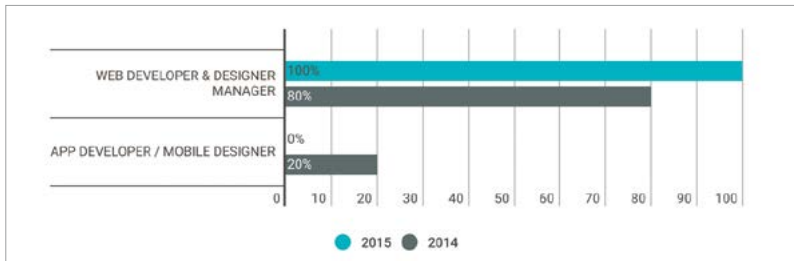
**Digital Analyst** se mantiene en el Top Ten como una de las posiciones más demandadas.



Respecto al estudio del año anterior se mantiene la demanda de Digital Analyst y de especialistas en CRO.

## DISEÑO Y DESARROLLO DIGITAL

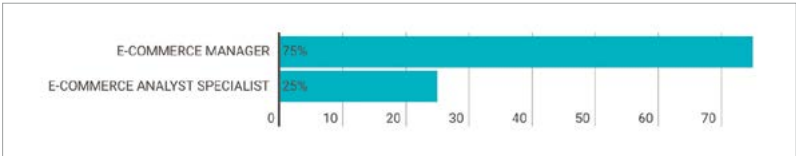
Las ofertas vinculadas al ámbito de **Diseño y Desarrollo Digital** se han centrado en una única profesión durante 2015: **Web Developer & Designer Manager**.



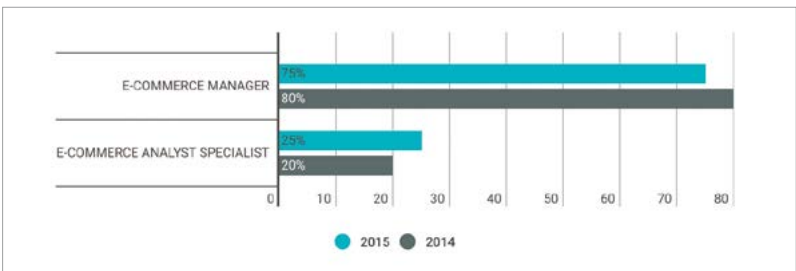
Durante 2015 no se ha registrado ninguna oferta en el área de **App Developer / Mobile Designer** (profesión que supuso el 20% de las ofertas laborales de este ámbito en 2014).

## E-COMMERCE

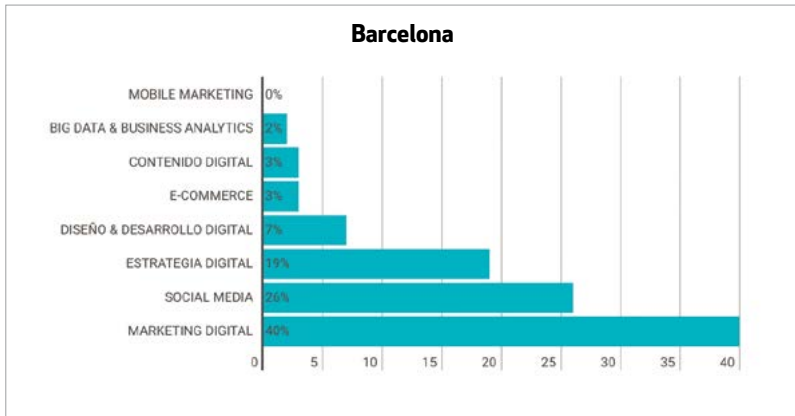
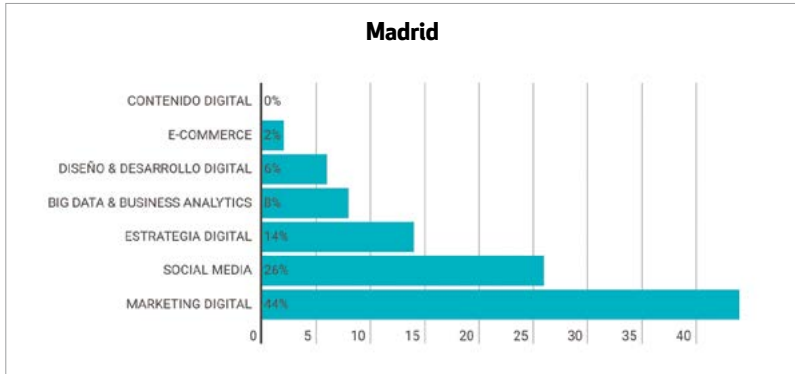
Se consolida la demanda de especialistas en el ámbito e-commerce.

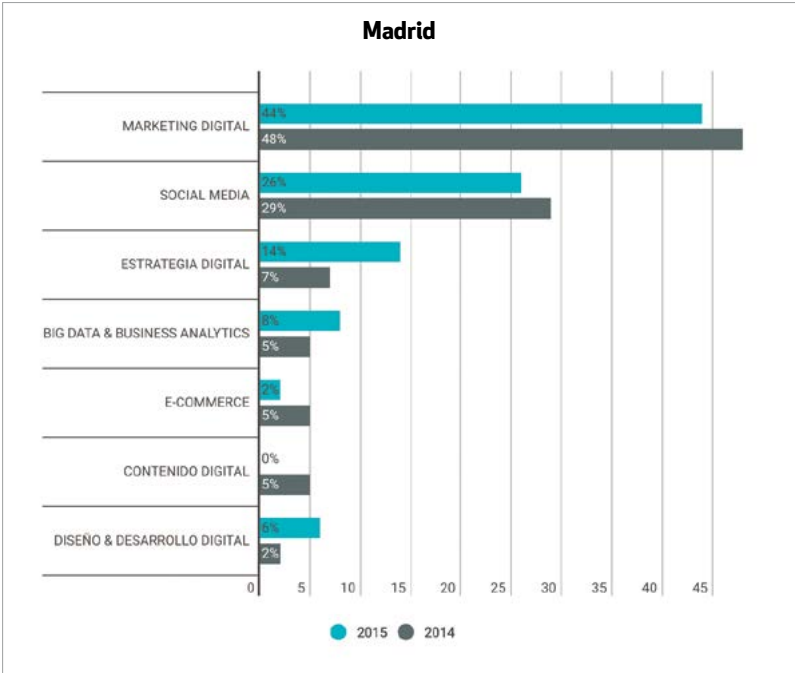


Durante 2015 descendió un **5%** la demanda de **E-commerce Manager**, mientras que aumentó en el mismo porcentaje la demanda de **E-commerce Analyst Specialist** (este dato revela la tendencia creciente al análisis en profundidad de los e-commerce con el fin de aumentar la conversión).

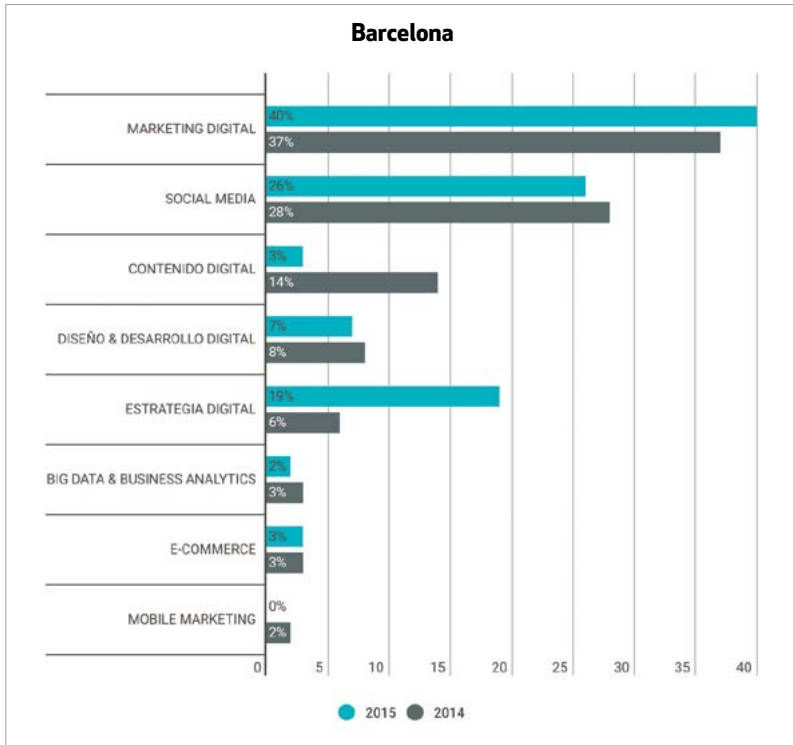


La demanda de perfiles profesionales digitales durante 2015 fue similar en Madrid y Barcelona, a excepción de la de especialistas en Big Data & Business Analytics, para estas posiciones Madrid ofreció mayor demanda.





- En **Madrid** durante 2015 aumentó de forma considerable la demanda de profesionales vinculados a **Estrategia Digital**, **Big Data** y **Diseño y Desarrollo Digital**.
- Por otro lado, se redujo la demanda de profesionales especializados en **Marketing Digital** (4% menos), **Social Media** (3% menos), **E-commerce** (3% menos) y **Contenido Digital** (5% menos).



- En **Barcelona** durante 2015 también disminuyó la demanda de especialistas en **Contenido Digital (11% menos)**, mientras que se triplicó la demanda de profesionales de **Estrategia Digital**, pasando de un 6% a un **19%**.
- Es importante remarcar que **Mobile Marketing** ha desaparecido de la demanda como especialidad independiente y ahora se engloba dentro de las ofertas vinculadas a **Marketing Digital**.

*No se ha registrado ninguna oferta vinculada a los ámbitos de Recursos Humanos, y Tech & Business Innovation.*



# DEFINICIONES PROFESIONES DIGITALES 2015

El **68%** de las ofertas registradas en la bolsa de empleo de Inesdi durante 2015 se engloban en las áreas de **Marketing Digital** y **Social Media**.

## MISIÓN

Objetivo principal

## FUNCIONES

Tareas principales

## CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

Formación, experiencia y capacidades requeridas

Para todas las posiciones o puestos de trabajo especificados es recomendable un buen nivel de **inglés**, capacidades **comunicativas**, trabajo **colaborativo**, facilidad para afrontar **nuevos retos**, **formación especializada** o **experiencia equivalente** y **formación continua**.



## ESTRATEGIA DIGITAL

01

### DIGITAL MANAGER

Responsable de la Estrategia Digital.

#### MISIÓN

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

#### FUNCIONES

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

#### 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 (identificar KPIs).
- Liderazgo directivo y perfil de innovación y emprendimiento.

## 02

### DIGITAL COMMUNICATION SPECIALIST

Experto en comunicación digital.

#### MISIÓN

- Creación, definición e implementación de la estrategia de comunicación de la empresa, utilizando para ello los canales online disponibles (redes sociales, web corporativas,...), así como la interlocución con medios y agencias de comunicación.

#### FUNCIONES

- Gestionar los contenidos para que sean profesionales y atractivos para los canales online, prensa y comunicados externos.
- Definir y mantener la imagen de marca a transmitir a través de los diferentes canales.

#### CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de Marketing de Contenidos, Social Media y monitorización de resultados.
- Se valoran conocimientos sobre diseño gráfico y usabilidad web.

## 03

### DIGITAL PROJECT MANAGER

Responsable de Proyectos Digitales.

#### MISIÓN

- Liderar e impulsar la transformación o mantenimiento del área digital de los negocios a través del desarrollo técnico de productos online: ecommerce, sitios promocionales, boletines de e-mail marketing, rich media, aplicaciones para dispositivos móviles, aplicaciones para redes sociales, etc.

#### FUNCIONES

- Asegurar que los productos digitales se acoten a los términos de calidad del servicio.
- Verificar que el producto o servicio digital cumple con las expectativas de los usuarios.
- Crear y controlar el presupuesto por proyectos.
- Detectar y valorar riesgos de proyectos (plan de contingencia).
- Elaborar informes de clientes.

#### CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en desarrollo de proyectos web multiplataforma.
- Conocimientos técnicos y conocimientos de marketing elevados.
- Gran capacidad de planificación y gestión de proyectos.
- Elevado compromiso con la calidad y los plazos.
- Rápida gestión de incidencias.

## MARKETING DIGITAL

### 04

### DIGITAL MARKETING MANAGER

Responsable de marketing digital.

#### MISIÓN

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

#### FUNCIONES

- Control de la estrategia global de marketing online y su presupuesto, marketing inbound, Social Media marketing (SMM), SEM, email 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.
- Experiencia en la gestión de campañas de email 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.
- Establecer la combinación de acciones de Marketing Digital con el objetivo de que el usuario se sienta atraído por los productos o servicios y poder establecer el contacto (siempre bajo iniciativa del cliente).

#### FUNCIONES

- Definir el buyer persona (cliente ideal).
- Comprender los ciclos de compra, objetivos, kpi's y segmentos de mercado en crecimiento para la optimización de resultados.
- 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

- Conocimiento de captación de atención, atracción y conversión de los visitantes al site de la compañía y sus landing pages.

- Capacidades analíticas para entender el comportamiento del usuario online.
- Experiencia en redacción de contenidos y herramientas de marketing online.
- Conocimientos en bases de datos y CRM.

## 06

### GROWTH HACKING MANAGER

Experto en desarrollos virales.

#### MISIÓN

- Acercarse al mercado con un enfoque en la innovación, la escalabilidad y la conectividad de los usuarios.
- Construir el crecimiento potencial del producto, incluyendo la adquisición por el usuario, la adopción, la monetización, la retención y la viralidad.

#### FUNCIONES

- Analizar de forma pormenorizada las tendencias y comportamientos del usuario para adaptar la estrategia en función de los mismos.
- Diseñar productos con un alto potencial de penetración y respuesta por parte del consumidor (virales).
- Situar las redes sociales como herramienta por excelencia para llevar a cabo el Growth Hacking, ya que su accesibilidad es global y no requiere de inversión.

## CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en marketing, digital, analítica web y desarrollo de producto.
- Conocimientos tecnológicos avanzados.

# 07

## SEM SPECIALIST

Experto SEM.

### MISIÓN

- Crear, definir e implantar campañas de marketing de Search Engine Marketing en torno a palabras clave (SEM) que impulsarán el tráfico a un sitio web para convertirlos en clientes.

### FUNCIONES

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

## 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.

**08**

## **SEO SPECIALIST**

Experto SEO.

### MISIÓN

- Optimizar los resultados de búsqueda orgánicos de la compañía, creando y dirigiendo las campañas SEO.
- Identificar áreas de mejora en los principales motores de búsqueda.

### FUNCIONES

- Crear estrategias avanzadas de SEO.
- Utilizar habilidades de programación y de diseño web básicas para mejorar 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.

## 09

### SOCIAL CRM MANAGER

Responsable de la Relación Digital con Clientes CRM.

#### 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 datos externos.

#### FUNCIONES

- Elaborar la estrategia de CRM que incluye las actividades a realizar, su planificación, presupuesto, plazos y análisis/comparativa de resultados históricos.
- Liderar el plan de contactos por segmento de cliente con origen en los canales digitales y medios sociales.
- Mejora de 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, campañas de publicidad online, estrategias de ciclo de vida del cliente, investigación y estudios de mercado, análisis web / digital, email marketing, Social Media.
- Analista con sensibilidad.

# 10

## 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 minucioso 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 asegurando 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.

# 11

## DIGITAL MEDIA PLANNING

Planificador de medios digitales.

### MISIÓN

- Creación y puesta en marcha del plan de medios online que permite planificar en qué medios digitales (medios de comunicación, redes sociales, tv online, digital signage, ...) se pueden realizar campañas publicitarias.

### FUNCIONES

- Optimizar el uso de medios digitales para hacer llegar un mensaje publicitario efectivo al público al que quiere dirigirse.
- Gestión de materiales con agencias creativas y clientes (especificaciones técnicas, trafficking plans, etc).
- Activación de campañas y supervisión de las mismas.
- Análisis KPI's, Optimización y seguimientos.

### CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Habilidades de investigación y analíticas para obtener conocimientos sobre las cifras de audiencia.
- Conocimientos estadísticos para resolver qué medios de publicidad se puede permitir la campaña, dentro de un presupuesto determinado.
- Habilidades de comunicación verbal.

- Conocimientos tecnológicos.
- Titulación relacionada con Publicidad y Relaciones Públicas.

## CONTENIDO DIGITAL

12

### 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.

# 13

## 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).

### CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

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

# 14

## 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

# 15

### 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, periodismo etc.
- Buena redacción y estilo de redacción.
- Habilidades para implicar de forma activa a grupos de personas.

# 16

## 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.
- Convertirse en la voz de la empresa de puertas afuera y en la voz del cliente de 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

### 17

#### DIGITAL ANALYST

Responsable de Análítica 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 con 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.

# 18

## **BIG DATA ANALYST**

Analista de Big Data.

### MISIÓN

- Dar sentido y significado a los datos que se recogen de 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.

# 19

## 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.

## E-COMMERCE

20

### 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 accedan 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.

## 21

### 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.

## 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

- Comparan 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 negocios o en recursos humanos.
- Capacidad de análisis, comunicación y habilidades organizacionales.

## DISEÑO Y DESARROLLO DIGITAL

24

### WEB DEVELOPER & DESIGNER MANAGER

Desarrollador web y responsable de diseño.

#### MISIÓN

- Crear sitios web teniendo en cuenta las necesidades funcionales y de diseño de la compañía.
- Implementar o programar las acciones oportunas garantizando la cohesión y la coherencia de la marca con el producto.

#### FUNCIONES

- Programación, diseño y desarrollo de sitios web específicos para la empresa.
- Creación y administración de bases de datos vinculadas a esas webs.

#### CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Estudios informáticos o conocimientos de programación que permitan el desarrollo y diseño de productos web en diferentes entornos y plataformas.
- Dominio de HTML5, CSS, Java, JQuery, bases de datos y gestores de contenido web.

## TECH & BUSINESS INNOVATION

(3d / internet of things / wearables)

# 25

### VIRTUAL REALITY ARCHITECT

Experto en realidad virtual.

#### MISIÓN

- Acercar el mundo real y las utilidades cotidianas de cualquier empleado al mundo virtual.
- Buscar nichos de mercado en los que la realidad virtual ofrezca un plus a sus usuarios.

#### FUNCIONES

- Crear entornos ideales para que las personas que estén en ellos “olviden” que están experimentando realidad virtual y la vivan como la verdadera.

#### CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos técnicos avanzados en programación, gestión de imágenes y 3D.
- Conocimientos avanzados de software para el desarrollo de realidad virtual.



# SALARIO MEDIO

POSICIÓN	EXPERIENCIA	SALARIO MEDIO
<b>ESTRATEGIA DIGITAL</b>		
Digital Manager	1 a 3 años	45K - 52K
	3 a 6 años	52K - 70K
	6 a 10 años	70K - 100K
Digital Communication Specialist	2 a 5 años	36K - 40K
Digital Project Manager	2 a 5 años	28K - 36K
<b>MARKETING DIGITAL</b>		
Digital Marketing Manager	1 a 3 años	35K - 42K
	3 a 6 años	42K - 55K
	6 a 10 años	55K - 80K
Inbound Marketing Specialist	2 a 5 años	37K-42K
Growth Hacking Manager	2 a 5 años	30K-35K
SEM Specialist	2 a 5 años	24K - 28K
SEO Specialist	3 a 5 años	24K - 28K
Social CRM Manager	2 a 5 años	25K - 35K
RTB Manager	2 a 5 años	28K - 35K
Digital Media Planner	2 a 5 años	33K - 39K
<b>CONTENIDO DIGITAL</b>		
Branded Content Specialist	2 a 5 años	22K-28K
Content Manager	2 a 5 años	20K - 26K
Copywriter	2 a 5 años	22K - 26K

POSICIÓN	EXPERIENCIA	SALARIO MEDIO
<b>SOCIAL MEDIA</b>		
Community Manager	2 a 5 años	22K - 30K
Social Media Manager	1 a 3 años	27K - 35K
	3 a 6 años	35K - 45K
	6 a 10 años	45K - 60K
<b>BIG DATA &amp; BUSINESS ANALYTICS</b>		
Digital Analyst	2 a 5 años	40K - 55K
Big Data Analyst	3 a 5 años	35K - 45K
Visual Data Scientific	3 a 5 años	35K - 45K
<b>ECOMMERCE</b>		
E-commerce Analyst Specialist	2 a 5 años	24K - 32K
E-commerce Manager	1 a 3 años	35K - 40K
	3 a 6 años	40K - 60K
	6 a 10 años	60K - 90K
<b>RECURSOS HUMANOS</b>		
E-recruitment Manager	2 a 5 años	24K - 35K
Human Resurce Analyst	2 a 5 años	24K - 35K
<b>DISEÑO Y DESARROLLO DIGITAL</b>		
Web Developer & Designer Manager	3 a 5 años	24K - 30K
<b>TECH &amp; BUSINESS INNOVATION</b>		
Virtual Reality Architect	2 a 5 años	28K - 34K

# CONCLUSIONES

---

Respecto al estudio Top 25 Profesiones Digitales 2015, en esta edición 2016 aparece **un nuevo ámbito, RECURSOS HUMANOS**, con dos profesiones: **E-recruitment Manager** y **Human Resources Analyst**.

El ámbito **MOBILE MARKETING** se fusiona con el ámbito de **MARKETING DIGITAL**, debido al gran protagonismo adquirido por el móvil en toda estrategia de marketing online.

El estudio TOP 25 Profesiones Digitales 2016 revela que las compañías actuales demandan **6 posiciones nuevas**:

- Growth Hacking Manager
- Visual Data Scientifics
- E-recruitment Manager
- Human Resources Analyst
- Virtual Reality Architect
- RTB Manager

Respecto al estudio anterior se han **demandado en menor medida** las siguientes profesiones:

- App Developer/ Mobile Designer
- Mobile Marketing Manager

- Thief Marketing Technologist
- 3D Printing Specialist
- Open Data Specialist
- Conversion Rate Optimization Specialist

## ÁMBITOS DIGITALES TOP

- Los profesionales de los ámbitos de **Marketing Digital** y **Social Media** son los más demandados por las compañías actuales (**68%**) respecto al total.
- **Estrategia Digital** se sitúan como el tercer ámbito más demandado con un **17%** de las ofertas registradas en la bolsa de empleo de Inesdi.

## PROFESIÓN DIGITAL TOP

**Digital Marketing Manager** se mantiene, por segundo año consecutivo, como la profesión más demandada copando un **34%** de las ofertas.

## VARIACIONES DESTACABLES EN PROFESIONES DIGITALES

- Aumenta la demanda de **Digital Communication Specialist** en un **4%** (pasando del 3% al 7%) subiendo a la tercera posición del TOP TEN.
- **Content Manager** pierde un **6%** de la demanda (pasando de un 9% a un 3%).



## TOP 5 PROFESIONES DIGITALES MÁS DEMANDADAS POR LAS EMPRESAS DURANTE 2015

- Digital Marketing Manager
- Community Manager
- Digital Communication Specialist
- Social Media Manager
- Web Developer & Designer Manager

### DEMANDA DE ÁMBITOS POR CIUDADES:

Se mantiene la tendencia creciente en la demanda de profesionales digitales, tanto en Madrid como en Barcelona. Cabe reseñar que Madrid demanda 4 veces más profesionales especializados en Big Data que Barcelona.

## TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2016 VS TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2015

- Reducción de un **9%** en las ofertas de **CONTENIDO DIGITAL**.
- Incremento de un **11%** en las ofertas de **ESTRATEGIA DIGITAL**.



# TENDENCIAS

---

## NUEVO EQUIPO DIRECTIVO PARA EMPRESAS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL

*Fuente: Blog Diego Mosquera Blog Harvard*

Entre los aspectos que debe planificar una empresa a la hora de dar comienzo a su proceso de Transformación Digital están los roles que estarán al frente del proceso de digitalización. La avalancha de cambios, responsabilidades y objetivos a la que se verá sometida la empresa, hace que se deban incorporar nuevas posiciones al equipo directivo conocidas como New C-Suite.

Este nuevo equipo directivo, debe estar formado por algunos cargos con funciones y responsabilidades complementarias. Es decir, todos se necesitan entre sí para que su trabajo sea completo.

### **CEO (CHIEF EXECUTIVE OFFICER)**

Esta figura la importamos de la cultura empresarial anglosajona. No es que en España no existiese tal perfil, simplemente se le definía como Consejero Delegado o Director Ejecutivo.

En el caso de la Transformación Digital es el impulsor de las estrategias fundamentales y el que se asegura de que éstas se

lleven a cabo. El CEO es mucho más que un mediador entre las partes. El proceso de digitalización en ocasiones es problemático por el gran cambio que supone para una empresa. El CEO debe ser siempre el que tome la decisión final, apostando por el avance del proceso y tratando de no dar pie al estancamiento del mismo. Sin su apoyo la digitalización sería un fracaso en el mejor de los casos, por no decir inexistente.

### **COO (CHIEF OPERATIONS OFFICER)**

La gestión del día a día de los departamentos críticos de una organización (como la producción, la comercialización, las ventas y la distribución) suele recaer en manos del COO, ya que los CEOs suelen estar muy ocupados asumiendo otras funciones.

El rol de un COO implica informar de la eficiencia de los sistemas y proponer y discutir cualquier necesidad de mejora dentro de la compañía.

### **CFO (CHIEF FINANTIAL OFFICER)**

Para proteger a la compañía de riesgos económicos y maximizar el crecimiento de los ingresos y el rendimiento financiero aparece la figura del CFO. El Chief Finantial Officer posee una visión global de la estrategia del negocio y es parte integral

de los procesos de toma de decisión en todos los niveles de la organización.

El CFO debe poseer buenos dotes comunicativos para influir en la toma de decisiones y en la opinión de los diferentes grupos de interés, haciéndolo siempre desde su experiencia y conocimiento

### **CXO (CHIEF EXPERIENCE OFFICER)**

La experiencia del cliente cada día adquiere más peso dentro de las organizaciones. El encargado de elevarla al más alto nivel dentro de la escala corporativa es el CXO. El CXO debe comprender a los usuarios, el negocio y la tecnología para desarrollar un plan de acción evolutivo que respalde la consecución de los objetivos a largo plazo y la plena satisfacción de los usuarios.

Las necesidades y preferencias de los consumidores son cambiantes, el CXO será el encargado de entenderlas, transmitir las al resto de la organización y diseñar acciones que respondan satisfactoriamente a esas demandas.

### **CDO (CHIEF DATA OFFICER)**

El CDO es probablemente el perfil más conocido en todo el proceso de Transformación Digital. Su objetivo es, una vez

que las propuestas y las estrategias están definidas, dar una coherencia transversal a todo el proceso y guiar al resto de la organización hacia esos objetivos fijados. Es la figura sobre la que recae la mayor presión y eso ha provocado que cargue con las consecuencias de los intentos fallidos de Transformación Digital.

## **CMO (CHIEF MARKETING OFFICER) O CMTO (CHIEF MARKETING TECHNOLOGIST OFFICER)**

Esta posición implica tener conocimientos sobre Marketing y sobre herramientas tecnológicas que permitan desempeñar tareas que antes ni siquiera existían. El marketing ya no se entiende sin la utilización de la tecnología en prácticamente todos los aspectos de la disciplina. Hasta tal punto llega el impacto de la tecnología en este rol que en algunos casos se le está llamando CMTO (Chief Marketing Technologist Officer).

Sus principales objetivos son alinear la comunicación de la compañía con el mercado, sacar el máximo provecho de las herramientas digitales y anticiparse a determinadas tendencias.

## **CCEO (CHIEF CUSTOMER EXPERIENCE OFFICER)**

Uno de los pilares fundamentales que no se pueden obviar en la Transformación Digital es la experiencia de usuario. Todas las

empresas que apuestan por el proceso de digitalización cuidan este aspecto. Suelen ser compañías que valoran por encima de todo al cliente y todo está pensado para fomentar la customer experience. Esta nueva mentalidad requiere a una persona que la impulse dentro de la compañía, los clientes necesitan un representante dentro del nuevo entramado empresarial que hable por ellos, que se ponga en su lugar y que impregne en toda la organización esta forma de pensar.

### **CTO (CHIEF TECHNOLOGY OFFICER) / CIO (CHEF INFORMATION OFFICER)**

El papel del CIO es clave. Aunque hay que recordar que la empresa se renueva no sólo a nivel tecnológico, sino que también lo hace a nivel metodológico y cultural. El CIO vela para que en la empresa cambie por completo la forma de emplear las tecnologías que se necesitan para llevar a cabo la digitalización. Este proceso implica un cambio de mentalidad y sin una figura como el CIO esta transición sería imposible.

### **CPO (CHIEF PEOPLE OFFICER)**

Las empresas que se encuentran inmersas en la digitalización asumen desde el principio que tanto los clientes como el talento de la organización son una indudable prioridad para las

compañías. Si hay personal dentro de la organización encargado de conseguir a los mejores clientes (CCEO), el CPO es el responsable de captar a los mejores profesionales del mercado y mantenerlos motivados. Ambas cosas requieren un compromiso y esfuerzo enorme por parte de la compañía.

## **CCO (CHIEF CULTURE OFFICER)**

La Transformación Digital no supone sólo implementar la última tecnología dentro de la empresa, es clave adaptar la filosofía de la compañía a esta transformación, replantearse aspectos que hasta el momento han sido sagrados y modificar la cultura corporativa.

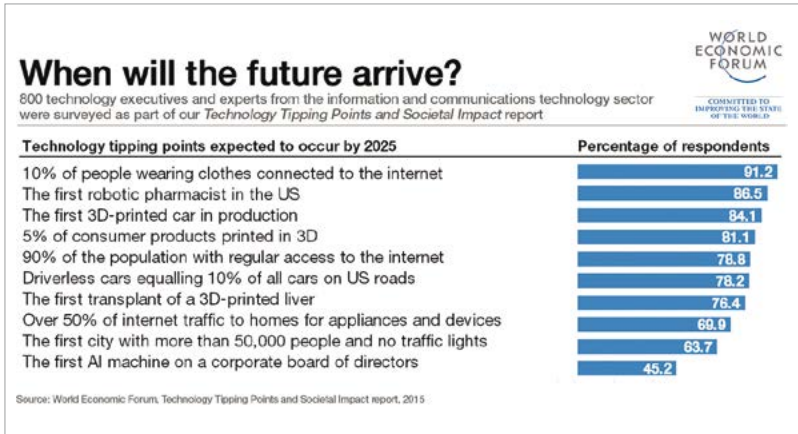
El papel del CCO trata precisamente de que esa metamorfosis sea coherente, se haga con naturalidad y facilite el proceso de digitalización sin perder la esencia de la empresa.

Una vez esté inmerso en la digitalización, comprobará que el nombre de los cargos pierde relevancia, llegando inclusive a desaparecer y dejando paso a lo realmente importante: las responsabilidades y los roles, que son los que harán que el proceso sea posible.

Sin el impulso de estos perfiles no se puede plantear siquiera la Transformación Digital de la empresa.



## 7 NUEVAS TECNOLOGÍAS QUE MARCARÁN EL FUTURO



### 1. CAPACIDAD DE GESTIÓN DE DATOS, ALMACENAMIENTO Y ACCESO

Actualmente un smartwatch tienen el doble de capacidades que el mejor ordenador de 1989, además debemos recordar que este último ocupaba el espacio de una lavadora.

Con la evolución exponencial en la tecnología, los expertos creen que no tardaremos en poder llevar “supercomputadoras” en el bolsillo. Por otro lado, la reducción del coste de almacenamiento de datos hace que no haya problema en ir expandiendo día tras día nuestra “huella digital”.

Actualmente el 43% de la población está conectada, pero Naciones Unidas estima que en 2020 todo los habitantes del mundo podrán tener acceso a internet, es decir, en 4 años el

mercado doblará su demanda y generará una gran cantidad de empleos, permitiendo salir de la pobreza a muchas personas. Imagina el poder de un mundo donde todos podamos estar conectados y tener acceso al conocimiento sin barreras.

## **2. BIG DATA**

Cada vez que realizas una búsqueda en Google, compras online, publicas un tweet,... dejas una huella tras de ti en forma de datos que pueden ser analizados y monitorizados.

Gracias a las supercomputadoras y a los algoritmos, podemos gestionar grandes volúmenes de datos en tiempo real. Los ordenadores ya toman decisiones de forma autónoma en base a información previa y en menos de 10 años se espera que puedan procesar datos de forma similar a un cerebro humano.

Dos investigadores de Oxford, Carl Bendikt Frey y Michael A Osborne, estimaron que el 47% de los empleos de USA están en alto riesgo de automatización.

## **3. MEDICINA DIGITAL**

Analizar los datos recolectados de diferentes poblaciones y regiones, permite entender a los investigadores los patrones y las

conexiones entre enfermedades e identificar las causas que las provocan.

El mismo estudio también les permite saber qué condiciones mejoran los tratamientos para la curación de enfermedades.

El Big Data permite reducir costes y evitar gastos innecesarios en sistemas de curación. En el futuro todos tendremos perfiles médicos detallados a los que podremos acceder independientemente del lugar donde nos encontremos.

#### **4. LA DIGITALIZACIÓN DE LO MATERIAL**

Las impresoras 3D no sólo van a crear coches, casas y otros objetos, también podrán crear tejido humano, huesos y prótesis a medida.

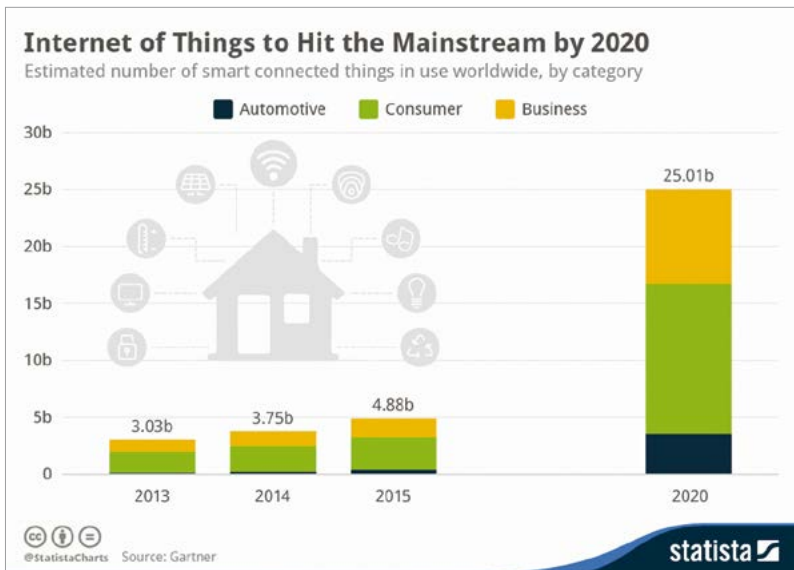
El mercado de la impresión 3D para la medicina llegará a generar 4,04 billones en 2018. Además, se estima que el primer coche producido totalmente en 3D se fabricará en 2022.

Por otro lado, la realidad virtual 3D a partir de la grabación del mundo real abre una nueva puerta para el aprendizaje y la vivencia de experiencias “sin salir de casa”.

## 5. INTERNET DE LAS COSAS

Durante la siguiente década, se espera que más de un trillón de sensores se conecten a internet.

Si casi todo está conectado, la forma en la que hacemos negocios y utilizamos recursos será más eficiente y sostenible. Al tener acceso a toda esta información podremos organizarnos también de forma más rápida y segura.



Se estima que en 2020 el 20% de los coches del mundo (290 millones) estarán conectados a internet.

La automatización del hogar está evolucionando muy rápidamente y actualmente podemos controlarlo casi todo de forma remota. En un futuro cercano podremos llegar a saber, por ejemplo, si hay termitas en la madera o se avisará automáticamente al servicio de limpieza cuando la casa detecte que está sucia.

## 6. MONEDA VIRTUAL

Sólo una pequeña parte del PIB mundial (alrededor del 0,025 %) pertenece a alguna moneda virtual como Bitcoin.

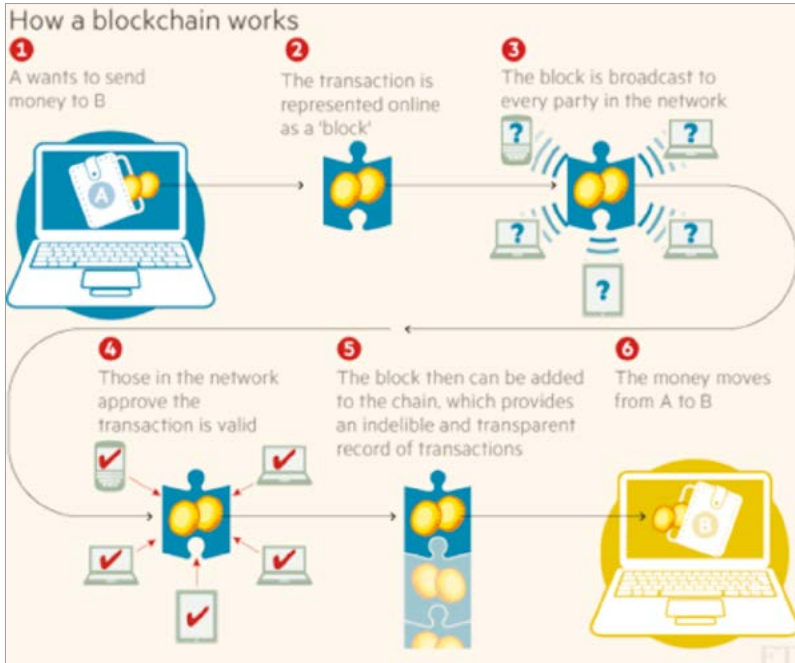
Este dato puede cambiar sustancialmente a corto plazo, ya que existen numerosos bancos y compañías que están investigando cómo usar esta tecnología para abaratar costes.

Las transacciones se envían mediante una red de ordenadores que deben aprobarlas, verificarlas y gravarlas.

Usando la criptografía para hacer las transferencias de forma segura, podremos realizar cualquier transacción desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Antes teníamos que confiar en un banco para tener nuestro dinero y hacer transacciones, en el futuro, este intermediario que genera costes no existirá.

El fraude financiero se verá reducido significativamente ya que cada transacción quedará gravada y se distribuirá en un libro de contabilidad público, que será accesible por cualquier persona con acceso a internet.



## 7. WEARABLE INTERNET

La tecnología se esta volviendo cada vez más personal, los ordenadores están pasando de la mesa a nuestros bolsillos y pronto estarán integrados en nuestra ropa.

En 2025, se espera que el 10 % de las personas lleve ropa conectada a internet y que se venda el primer móvil impermeable.

Las prendas y los dispositivos wearable aportarán información tan relevante como el estado físico de un jugador de fútbol o el estado de salud de un niño.

La cuestión que se plantea es ¿tendremos suficiente privacidad?



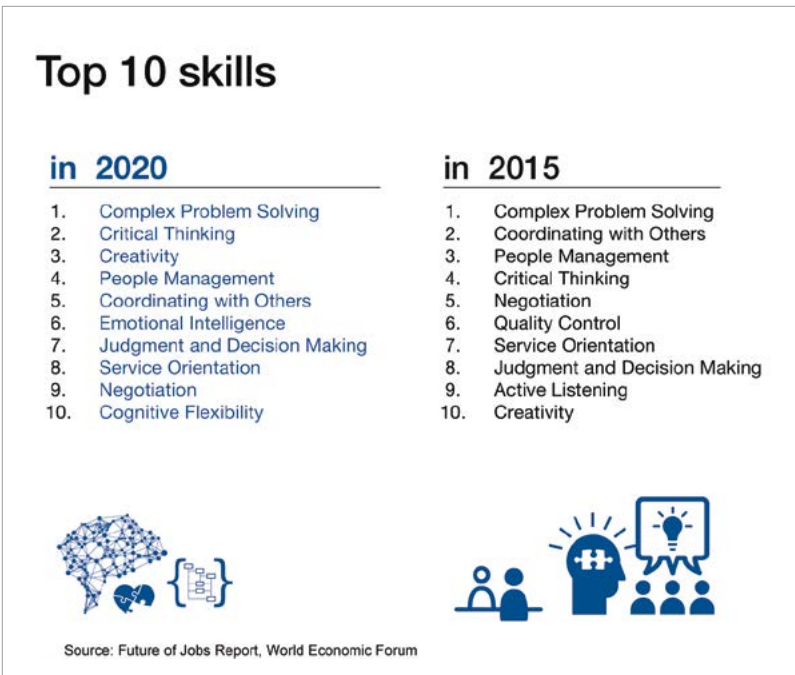


# COMPETENCIAS

## COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL FUTURO

En apenas cinco años más de un tercio de las competencias que ahora mismo encontramos relevantes para el desarrollo de un trabajo habrán cambiado.

El 2020 llegará la 4ª Revolución Industrial, y con ella la robótica avanzada, la inteligencia artificial, los materiales inteligentes, la nanotecnología, la biotecnología,...



Estos avances transformarán nuestra forma de vivir y de trabajar. Algunos trabajos desaparecerán, otros ganarán protagonismo y aparezcan nuevos que aún no existen actualmente. Es por ello que las competencias que el mercado demanda actualmente van a quedar obsoletas y se van a necesitar otras nuevas.

## ¿QUÉ COMPETENCIAS SERÁN LAS MÁS DEMANDADAS?

La creatividad será una de las competencias más demandadas en los trabajadores del futuro. Con la avalancha de nuevos productos, nuevas tecnologías y nuevas formas de fabricación, los trabajadores deberán volverse más creativos para poder beneficiarse de estos cambios.

Ahora mismo la negociación y la flexibilidad están en el top de las competencias más demandadas por las empresas, pero en un futuro los ordenadores podrán asumir esas competencias de forma automática por nosotros. De la misma forma, la escucha activa, tan valorada en estos momentos, dejará de ser tan apreciada en el futuro y será sustituida por la inteligencia emocional.

# PROFESIONES VS ESTUDIOS

	AMBITOS Y PUESTO	POSGRADOS / MÁSTER NECESARIOS
<b>ESTRATEGIA DIGITAL</b>		
1	Digital Manager	Máster en Digital Business • Executive Program en Transformación Digital
2	Digital Communication Specialist	Máster en Social Media & Branded Content • Posgrado en Social Media & Content Management
3	Digital Project Manager	Executive Program en Transformación Digital • Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
<b>MARKETING DIGITAL</b>		
4	Digital Marketing Manager	Máster en Marketing Digital & Social Media • Master en Marketing Digital & Analítica Web • Executive Program en Transformación Digital • Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
5	Inbound Marketing Specialist	Máster en Marketing Digital & Social Media • Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
6	Growth Hacking Manager	Máster en Marketing Digital & Analítica Web
7	SEM Specialist	Máster en Marketing Digital & SEO y SEM • Posgrado en SEO&SEM
8	SEO Specialist	Máster en Social Media & SEO y SEM • Posgrado en SEO&SEM
9	Social CRM Manager	Máster en Marketing Digital & Analítica Web
10	RTB Manager	Máster en Marketing Digital & SEO y SEM
11	Digital Media Planner	Master en Marketing Digital & Analítica Web • Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
<b>CONTENIDO DIGITAL</b>		
12	Branded Content Specialist	Máster en Social Media & Branded Content • Posgrado en Branded Content & Transmedia Storytelling
13	Content Manager	Posgrado en Social Media & Content Management • Posgrado en Branded Content & Transmedia Storytelling
14	Copywriter	Máster en Social Media & Branded Content

	AMBITOS Y PUESTO	POSGRADOS / MÁSTER NECESARIOS
<b>SOCIAL MEDIA</b>		
15	Community Manager	Posgrado en Social Media & Content Management • Curso Community Management
16	Social Media Manager	Máster en Social Media & Análítica Web • Posgrado en Social Media & Content Management
<b>BIG DATA &amp; BUSINESS ANALYTICS</b>		
17	Digital Analyst	Posgrado en Análítica Web & Digital Business
18	Big Data Analyst	Posgrado en Análítica Web & Digital Business • Posgrado en Data Customer Intelligence
19	Visual Data Scientifics	Posgrado en Análítica Web & Digital Business • Posgrado en Data Customer Intelligence
<b>E-COMMERCE</b>		
20	E-commerce Analyst Specialist	Posgrado en Análítica Web & Digital Business + Especialización en E-commerce
21	E-commerce Manager	Máster en Marketing Digital & E-commerce • Posgrado en Marketing Digital & E-commerce
<b>RECURSOS HUMANOS</b>		
22	E-recruitment Manager	Executive Program en Innovación Digital de los Recursos Humanos
23	Human Resources Analyst	Especialización en Recursos Humanos 2.0
<b>DISEÑO Y DESARROLLO DIGITAL</b>		
24	Web Developer&Designer Manager	Posgrado en Mobile Marketing • Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
<b>TECH&amp;BUSINESS INNOVATION</b>		
25	Virtual Reality Architect	Actualmente Inesdi no ofrece este tipo de formación

# AGRADECIMIENTOS

---

## Directores del Estudio

- [Joana Sánchez](#)
- [Ana Sánchez-Blanco](#)
- [Javier Sancho](#)

## Coordinadores técnicos

- [Marc Rius](#)
- [Maite Acinas](#)
- [Kristina Kellerer](#)

## Colaboradores

- [Mireia Ranera](#)
- [Fernando Ramoneda](#)
- [Carmen María Martínez](#)
- [María Redondo](#)
- [Armando Liussi](#)
- [Pau Llambí](#)
- [Lluís Serra](#)

## Maquetación y diseño

- [Javier Cabezas](#)
- [Raúl Gil](#)

Queremos agradecer la participación de **Indigital Advantage**, **Íncipy** e **Indigital Research** por su colaboración en el presente Estudio.



JOANA SÁNCHEZ



ANA SÁNCHEZ-BLANCO

*Un entorno con una velocidad de cambio exponencial, una disrupción continua de modelos de negocio, una tecnología que permite resolver prácticamente todo y una industria impregnada de conocimiento e inteligencia artificial, requiere de profesionales digitales del S.XXI. El nuevo contexto socio-económico necesita profesionales altamente cualificados, conectados, capaces de desarrollarse en la incertidumbre con humildad, flexibilidad, innovación y con capacidad continua de aprendizaje.*

