inesdi
Digital Business School

TOP 25 Profesiones Digitales 2020

Las nuevas profesiones tecnológicas y disruptivas

INESDI DIGITAL BUSINESS SCHOOL
8º ESTUDIO, marzo 2020
10º Aniversario Inesdi

Con la colaboración de:

Wolters Kluwer

inesdi
Digital Business School

TOP 25 Profesiones Digitales 2020

Las nuevas profesiones tecnológicas y disruptivas

INESDI DIGITAL BUSINESS SCHOOL

8º ESTUDIO, marzo 2020
10º Aniversario Inesdi

Con la colaboración de:

Wolters Kluwer

ESTUDIO INESDI
TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2020
8.ª edición. Marzo 2020

© INESDI, Instituto de Innovación Digital de las Profesiones S.L.
C/Rambla de Catalunya 33 1er 1era – 08007 Barcelona– Barcelona
Tel: 902 501 603
e-mail: infolopd@inesdi.com
http://www.inesdi.com

Diseño, Preimpresión e Impresión: Wolters Kluwer España, S.A.
C/ Collado Mediano, 9
28231 Las Rozas (Madrid)
http://www.wolterskluwer.es

Estudio disponible para descarga en www.inesdi.com

Índice

Presentación 5

1 Ficha técnica 7

2 Metodología 9

3 Resultados 15

4 Profesiones digitales 37

5 Profesiones tecnológicas 63

6 Bandas salariales 77

7 Competencias digitales 81

8 Tendencias 87

9 Formación 99

Presentación

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

Este informe ofrece un análisis de las 25 profesiones digitales más demandadas por las compañías en el último año, detallando la misión de cada una de ellas dentro de la empresa, sus funciones, competencias y banda salarial. Además, incluye el Top 15 Profesiones Tecnológicas. Aunque se describen no están incluidas en el estudio, cuyo ranking está centrado en las posiciones digitales.

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

Además, pretende contribuir a clarificar los perfiles profesionales existentes en el ámbito digital y tecnológico, dando a conocer la actividad que desarrollan, así como ser un radar de las profesiones disruptivas del mañana que empiezan a aparecer en el presente, en un momento clave para la aceleración de la transformación digital.

1 Ficha técnica

360
ofertas analizadas

265
empresas

9
ámbitos digitales

25
profesiones digitales

15
profesiones tecnológicas

Muestra

Este estudio se ha realizado a partir las ofertas laborales digitales publicadas durante 2019 en la bolsa de empleo de Inesdi Digital Business School y las posiciones gestionadas por Indigital Advantage, empresa de headhunting y selección de directivos y profesionales digitales.

Ámbito

Las ofertas laborales analizadas se ubican en distintas ciudades de la geografía española, si bien la mayor parte de las posiciones corresponden a empresas radicadas en Madrid y Barcelona. Todas ellas han sido categorizadas de acuerdo con las posiciones digitales descritas en el estudio.

Nomenclatura de profesiones

Cada oferta laboral ha sido analizada individualmente y clasificada dentro de alguna de las profesiones digitales que se recogen 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.

2 Metodología

Ámbitos digitales

En este estudio se han analizado 360 ofertas, que han sido clasificadas en 9 grandes ámbitos digitales.

1. Estrategia Digital
2. Marketing Digital
3. Comunicación Digital & Social Media
4. Big Data & Business Intelligence
5. Tecnocreatividad
6. Customer Experience
7. Digital Business & E-commerce
8. Recursos Humanos & Employee Experience
9. Tech & Business Innovation

Esta edición mantiene los mismos ámbitos de estudio que la anterior.

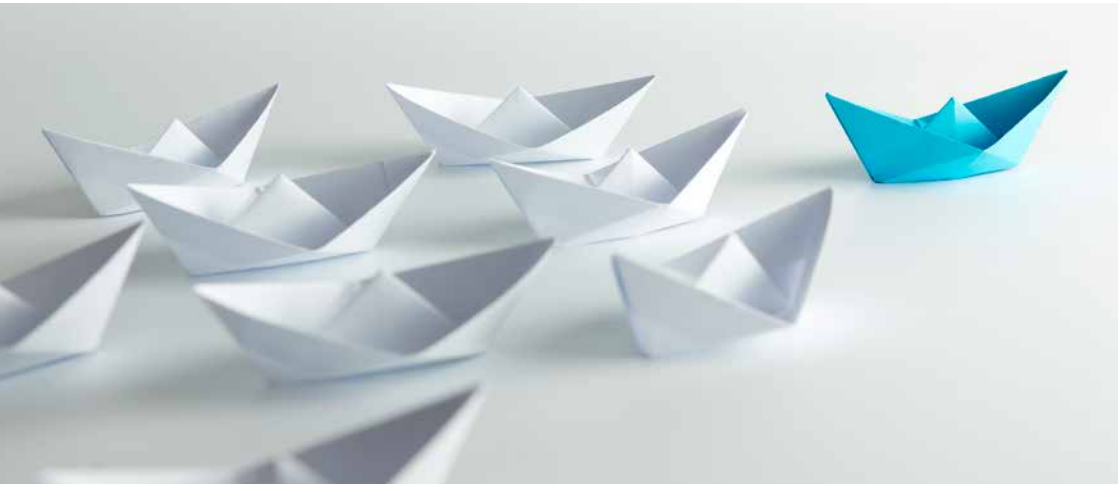
Profesiones digitales

Ámbitos y puesto		Descripción	Año*
ESTRATEGIA DIGITAL			
1	CDO	Chief Digital Officer, director de transformación digital y "hacker" corporativo.	2014
2	CTO	Chief Technology Officer, director de transformación digital y tecnología	2019
MARKETING DIGITAL			
3	Digital Marketing Manager	Responsable de marketing digital	2014

	Ámbitos y puesto	Descripción	Año*
4	Inbound Marketing Specialist	Especialista en marketing de atracción	2015
5	SEM & SEO Specialist	Especialista en marketing en motores de búsqueda (SEM) y optimización para motores de búsqueda (SEO)	2015
6	SEO Specialist	Especialista en optimización para motores de búsqueda (SEO)	2014
7	Trafficker Digital	Experto en gestión de campañas y tráfico online	2019
8	Growth Hacker	Experto en desarrollos virales	2018
9	CRO Specialist	Especialista en conversión web	2019
COMUNICACIÓN DIGITAL & SOCIAL MEDIA			
10	Digital Communication & Brand Manager	Responsable de comunicación digital y desarrollo de marca	2018
11	SEO Content Manager	Responsable de contenido digital multiformato con conocimientos SEO	2014
12	Social Media Manager	Responsable de la estrategia de medios sociales	2014
13	Community Manager	Responsable de gestión de comunidades y redes sociales	2014
BIG DATA & BUSINESS INTELLIGENCE			
14	Digital Analyst	Analista digital	2014
15	Big Data & AI Analyst	Analista de big data e Inteligencia Artificial	2015
16	Customer Intelligence & CRM Analyst	Analista de inteligencia de clientes y CRM	2014
TECNOCREATIVIDAD			
17	Tecnocreativo & Digital Designer	Diseñador digital multiplataforma	2018
18	UI/UX Designer	Diseñador de interfaces y experiencia de usuario	2017

	Ámbitos y puesto	Descripción	Año*
CUSTOMER EXPERIENCE			
19	Customer Experience Manager	Responsable de experiencia del cliente	2019
DIGITAL BUSINESS & E-COMMERCE			
20	Digital Business Manager	Responsable de negocio digital	2019
21	E-commerce Manager	Responsable de comercio electrónico	2014
22	Digital Account Manager	Ejecutivo de cuentas digitales	2017
RECURSOS HUMANOS & EMPLOYEE EXPERIENCE			
23	Digital HR Manager	Responsable de RR.HH. digital	2016
TECH & BUSINESS INNOVATION			
24	AI Bots Manager	Experto en soluciones de Inteligencia Artificial para bots	2019
25	Product Owner & Scrum Master	Experto en metodologías ágiles	2019

*Año de registro de la primera oferta laboral vinculada al puesto.



En lo que respecta a las posiciones digitales, cabe destacar la entrada de los perfiles del CRO Specialist (especialista en conversión web) y del Trafficker Digital (experto en gestión de campañas y tráfico online), ubicados dentro del ámbito del Marketing Digital, así como el Product Owner & Scrum Master (experto en metodologías ágiles), englobado en el ámbito Tech & Business Innovation.

Por otra parte, para dar respuesta a la evolución del mercado, el perfil del UI/UX Designer pasa del ámbito de la experiencia de cliente (Customer Experience) al de Tecnocreatividad.

Profesiones técnológicas

	Ámbito y puesto	Descripción	Año*
TECH DEVELOPMENT			
1	IOS Apps Developer	Desarrollador de aplicaciones móviles para iOS	2017
2	Android Apps Developer	Desarrollador de aplicaciones móviles para Android	2017
3	Backend Developer	Desarrollador del backend	2017
4	3D Modeler and Animator	Modelador y animador 3D	2017
5	Web Developer	Desarrollador web	2017
6	SAP Consultant	Consultor del ecosistema SAP	2018
7	Dynamics Consultant	Consultor de la plataforma CRM Dynamics	2018
8	Salesforce Consultant	Consultor de la plataforma CRM Salesforce	2018
9	Chief AI Scientist	Científico jefe de Inteligencia Artificial (IA)	2019
10	AI Researcher	Investigador en Inteligencia Artificial (IA)	2019
11	IoT Developer	Desarrollador del Internet de las Cosas (IoT)	2019
12	Blockchain Developer	Desarrollador de blockchain	2019
13	Computer Vision Engineer	Ingeniero de visión computacional	2019
14	Java Developer	Desarrollador Java	2019
15	Project Manager	Gerente de proyecto	2019

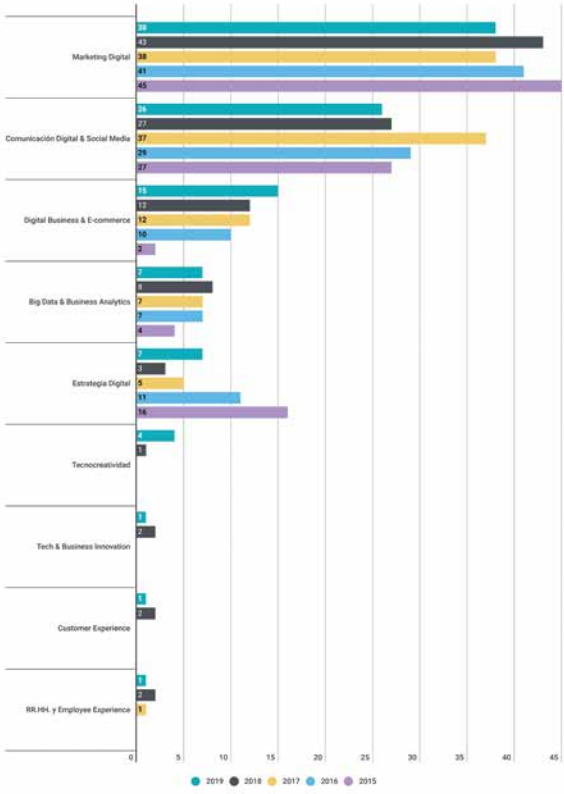
*Año de registro de la primera oferta laboral vinculada al puesto.

A pesar de que el objeto de este estudio no pasa por analizar la evolución de las profesiones tecnológicas, es oportuno reflejar en torno a qué posiciones se están recogiendo un mayor número de consultas.

3 Resultados

Ámbitos digitales

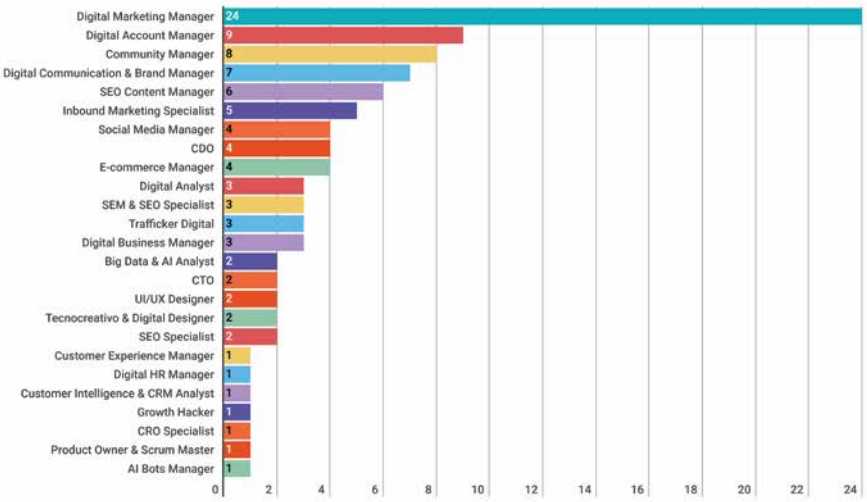
Los resultados del análisis muestran un notable crecimiento de las posiciones asociadas al desarrollo de negocio digital, es decir, al ámbito del Digital Business & E-commerce. Aumenta también la demanda de perfiles especializados en Estrategia Digital y en Tecnocreatividad.



De nuevo en esta edición, y como pauta que se repite desde la primera, los profesionales más solicitados son aquellos con perfiles asociados al ámbito del Marketing Digital, que agrupa el 38% de las ofertas laborales analizadas. Le sigue, con 12 puntos menos (26%) y, en un segundo puesto también consolidado, el ámbito de Comunicación Digital & Social Media. En tercera posición, con un 15%, encontramos el Digital Business & E-commerce.

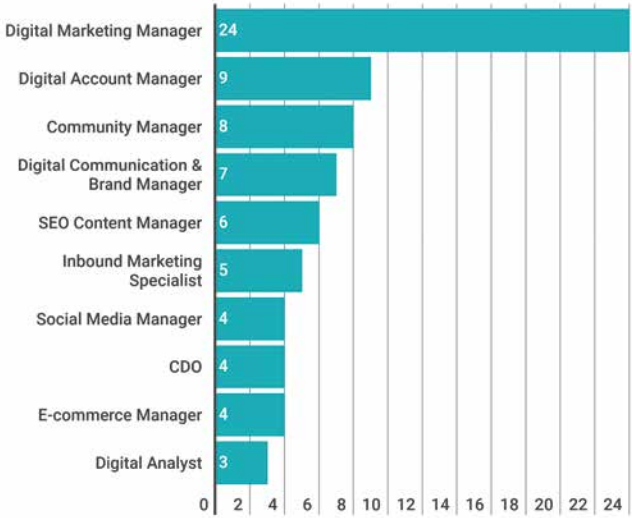
Profesiones digitales

Un año más, prosigue el liderato del Digital Marketing Manager como perfil digital más solicitado por las empresas. La segunda posición la ocupa el Digital Account Manager, desbancando así al Community Manager, que desciende a la tercera posición. Cabe destacar cómo se van especializando las posiciones digitales en Marketing Digital, con los expertos en Inbound Marketing, SEO & SEM, Trafficker Digital o CRO Specialist, así como los especialistas en Comunicación Digital, como los Social Media, Community Manager o expertos en contenido SEO.

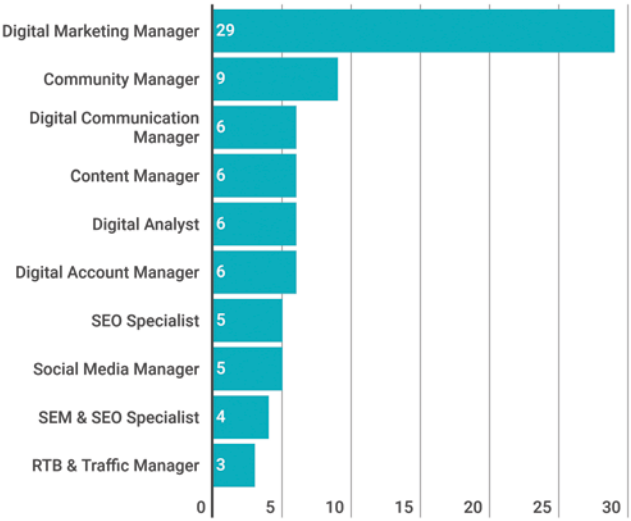


EVOLUCIÓN DEL TOP 10 PROFESIONES DIGITALES

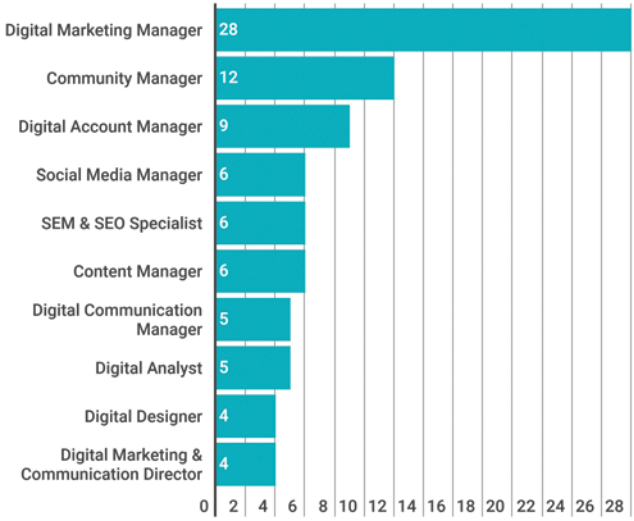
Estudio 2020



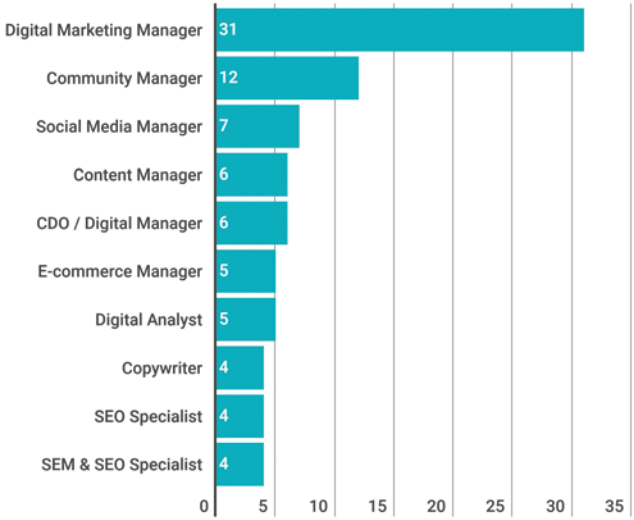
Estudio 2019



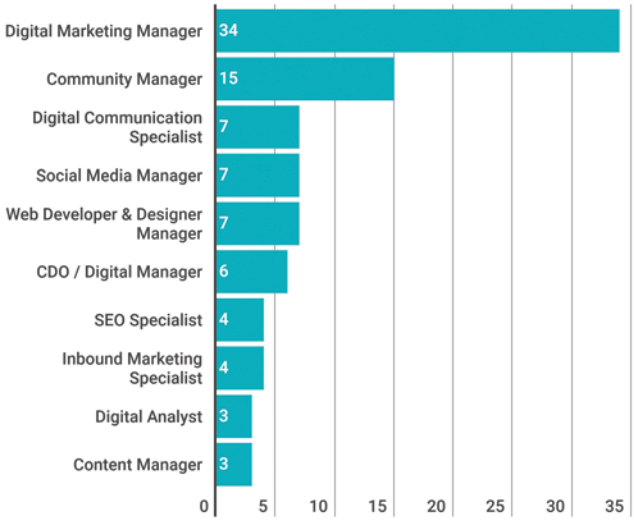
Estudio 2018



Estudio 2017



Estudio 2016



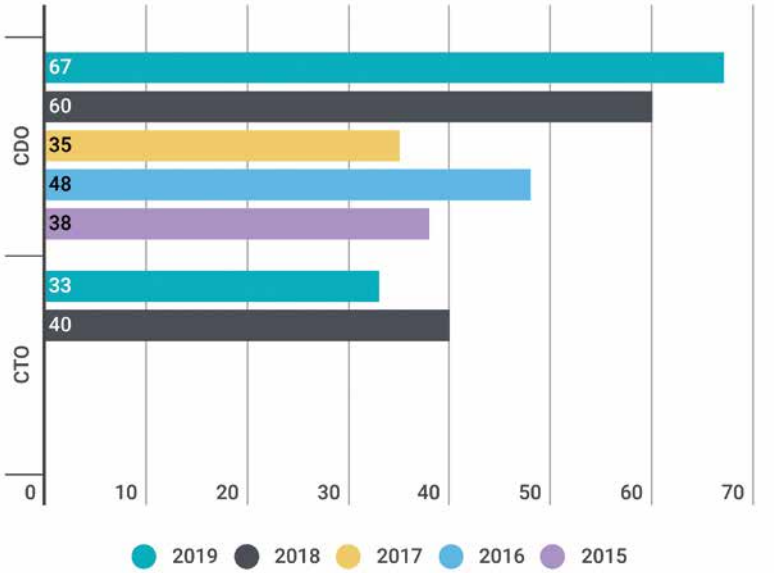
Estudio 2015

**El estudio de 2015 muestra 11 puestos dado que los dos últimos arrojan el mismo porcentaje.*

3.1 Análisis por ámbito digital

Estrategia digital

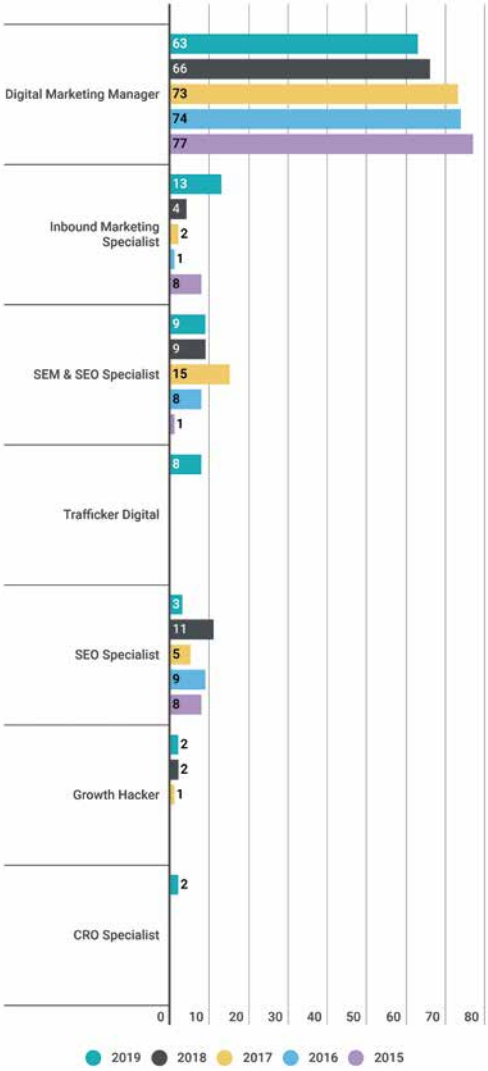
Continúa creciendo, un año más, la petición de perfiles asociados a la Estrategia Digital. Con respecto al periodo anterior, experimenta un incremento de 4 puntos.



- Sigue la tendencia al alza del perfil de CDO, con un crecimiento de 7 puntos respecto al año pasado. Esto pone de manifiesto la necesidad de las empresas de tener profesionales que asuman la responsabilidad de conectar y alinear las diferentes áreas de negocio en torno a una estrategia digital. Este año, con perfiles capaces de transformar y "hackear" las organizaciones para acelerar e innovar modelos de negocio disruptivos.
- En la misma medida, la demanda de CTO cae en 7 puntos, quizás debido a que este perfil comparte algunas funciones con el CIO (Chief Information Officer) y, en algunas organizaciones, estas pueden ser asumidas por la misma posición.

Marketing digital

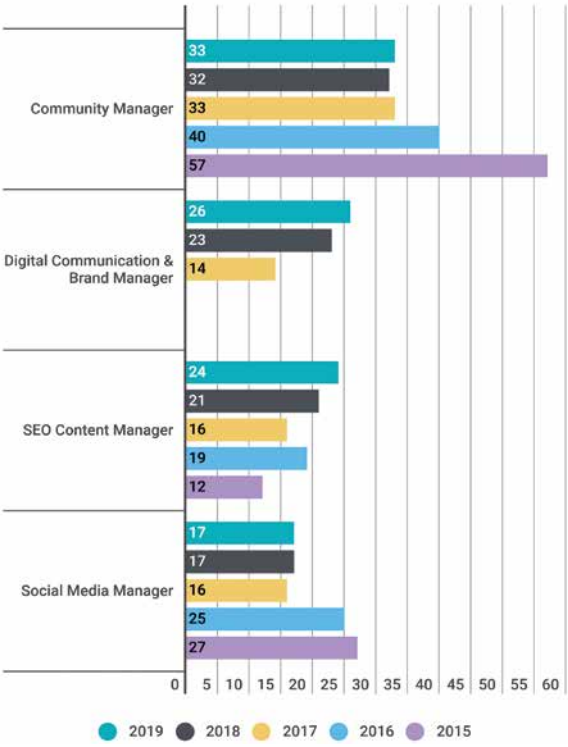
Repite año tras año, como perfil más solicitado, el Digital Marketing Manager. A pesar de registrar una caída de 3 puntos respecto a la edición anterior, representa el 63% de las ofertas laborales en este ámbito.



- Aparecen por primera vez dentro del Top 25 las posiciones del Trafficker Digital y del CRO Specialist.
- La demanda de Inbound Marketing Specialist aumenta notablemente, recogiendo un crecimiento de 9 puntos.
- Cabe mencionar el descenso del SEO Specialist, cuya demanda pasa del 11% al 3%, quizás debido a la diversificación de esta disciplina en torno a otras posiciones vinculadas al SEO, como el SEO Content Manager.

Comunicación digital & social media

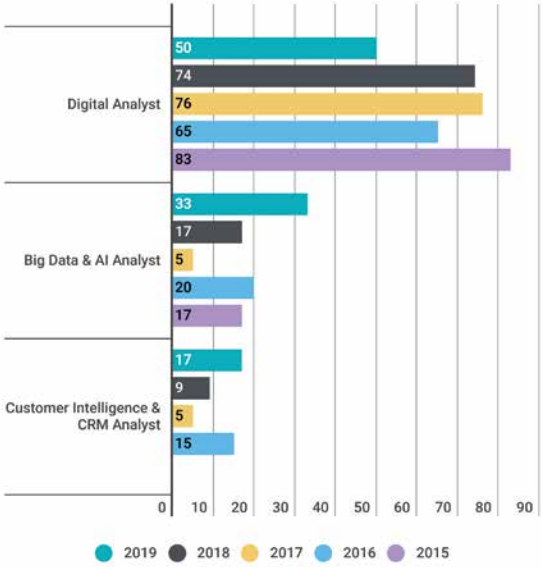
El Community Manager se mantiene como el perfil más solicitado en este ámbito, con una magnitud similar a la mostrada en el año anterior (incremento en un 1%).



- Es reseñable el ascenso (3 puntos) en la demanda del perfil vinculado al Digital Communication & Brand Manager.
- El SEO Content Manager sube 3 puntos, pasando del 21% de la edición anterior al 24% del actual, reflejo de la falta de profesionales generadores de contenido multicanal optimizado.
- Cabe mencionar la salida del Top 25 del Transmedia & Branded Content Specialist. Aunque sigue siendo un perfil solicitado, no cuenta con las ofertas suficientes para figurar en el ranking.
- Se observa cómo se empiezan a equilibrar las posiciones recogidas en este ámbito, fruto del grado de madurez y profesionalización que está adquiriendo cada una de las posiciones.

Big data & business analytics

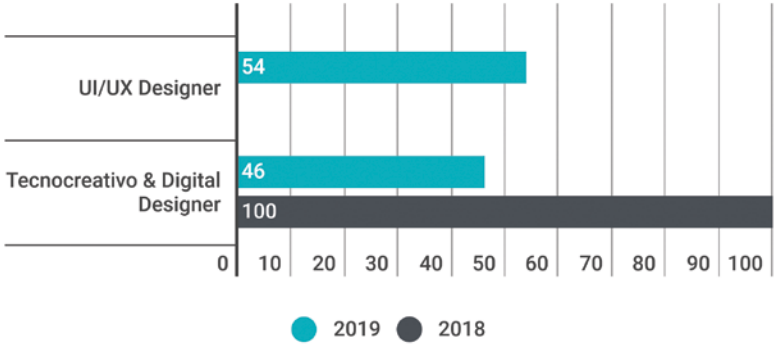
No se registra variación en cuanto al perfil más solicitado, el Digital Analyst, que acapara el 50% de las posiciones solicitadas, a pesar de registrar una fuerte caída durante el último año, dada la necesidad de perfiles analíticos en distintos ámbitos y la clarificación de los mismos.



- El Big Data & AI Analyst experimenta un aumento de 16 puntos, reflejo de la creciente importancia que las organizaciones conceden a la recopilación e interpretación de grandes volúmenes de datos.
- Crece significativamente -8 puntos- la demanda del Customer Intelligence & CRM Analyst, fruto del foco que las organizaciones están poniendo en la labor de recopilación y análisis de información relativa a los clientes.

Tecnocreatividad

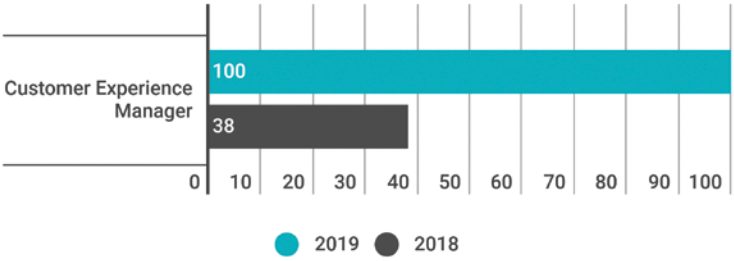
Entra en este ámbito el UI/UX Designer, que en la edición anterior se recogía como parte de las posiciones de Customer Experience, y que agrupa el 54% de las ofertas analizadas, por el impacto de experiencia de usuario en el despliegue de nuevas tecnologías como la VR o los bots.



- Consecuencia de la reordenación de las posiciones y sus ámbitos de pertenencia para reflejar la evolución del mercado, el UI/UX Designer entra a formar parte del campo de la Tecnocreatividad.
- La posición del Tecnocreativo & Digital Designer reúne el 46% de las ofertas registradas, con un descenso lógico debido a que, en el estudio anterior, era la única profesión incluida dentro del ámbito de la Tecnocreatividad.

Customer experience

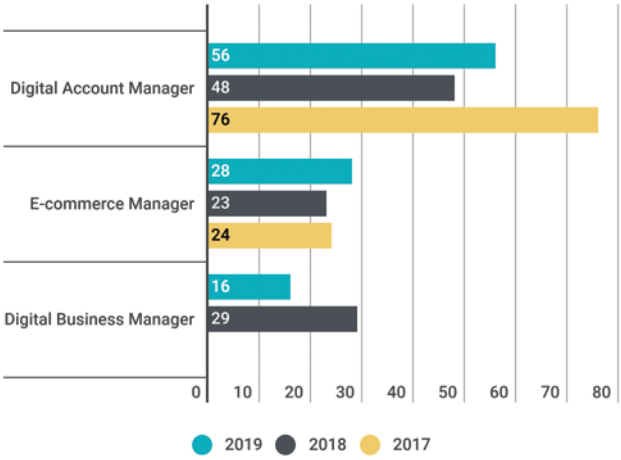
El Customer Experience Manager, que irrumpió en el Top 25 la edición pasada, permanece en esta edición; la petición de este perfil ha aumentado ligeramente durante el último año.



- El Customer Experience Manager, cuya demanda ha experimentado un leve incremento, pasa a ser la única posición recogida dentro del ámbito de Customer Experience.

Digital business & e-commerce

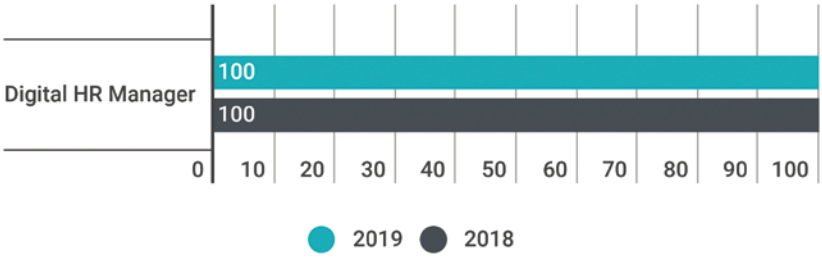
Destaca el crecimiento sostenido de solicitudes de Digital Account Managers, que en este informe representa el 56% de las posiciones requeridas dentro del ámbito del negocio digital y e-commerce.



- Se mantiene la línea ascendente en la petición de perfiles para la posición de Digital Account Manager, que pasa del 48% al 56%.
- Se consolida la tendencia al alza de profesionales para el puesto de E-Commerce Manager, con un incremento de 5 puntos.
- El Digital Business Manager registra una fuerte caída, de 13 puntos.

Recursos humanos & employee experience

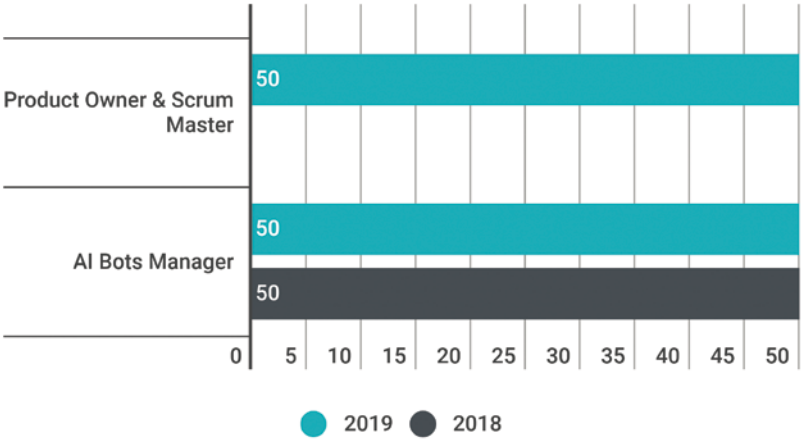
No hay cambios en este ámbito al que solo se asocia una posición, el Digital HR Manager, sobre la que se mantiene la misma demanda que en el informe anterior.



- No se aprecia evolución en la demanda de perfiles digitales asociados al ámbito de los Recursos Humanos. A pesar del gran impacto que la transformación digital tiene sobre el modelo de gestión del talento en las empresas, este no se traduce en la captación de profesionales digitales específicos sino en la transformación de los ya existentes, si bien el perfil del Digital HR Manager está consolidado.

Tech & business innovation

Dentro del ámbito de la tecnología e innovación, es reseñable la salida del perfil del CISO (Chief Information Security Officer), probablemente ya cubierto en las organizaciones, en favor del Product Owner & Scrum Master, debido al despliegue de las metodología ágiles en todas las áreas de las organizaciones, como paso previo a las empresas ágiles necesarias en el s XXI.



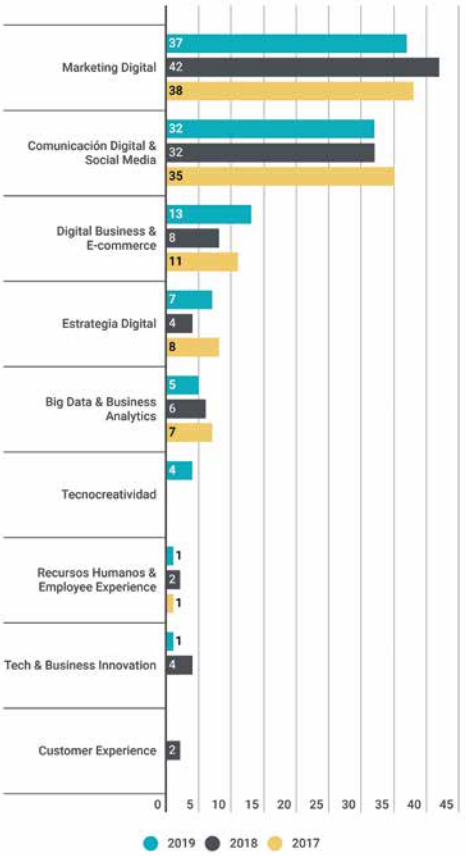
- No hay variación en la tendencia en torno al AI Bots Manager, perfil que irrumpió en la edición pasada de este informe, con el 50% de las peticiones recogidas en este ámbito.
- Por primera vez, aparece entre los perfiles más solicitados en el análisis realizado el Product Owner & Scrum Master, muestra de la creciente importancia que las organizaciones otorgan a la gestión de proyectos con metodologías ágiles.

3.2 Análisis geográfico

Continuando con la misma tendencia que en informes anteriores, el número de ofertas laborales procedentes de Barcelona y Madrid supera el 90% del total. No obstante, en esta edición se observa un aumento en las peticiones recibidas desde otros puntos de España, al tiempo que el origen de estas solicitudes muestra una mayor dispersión geográfica.

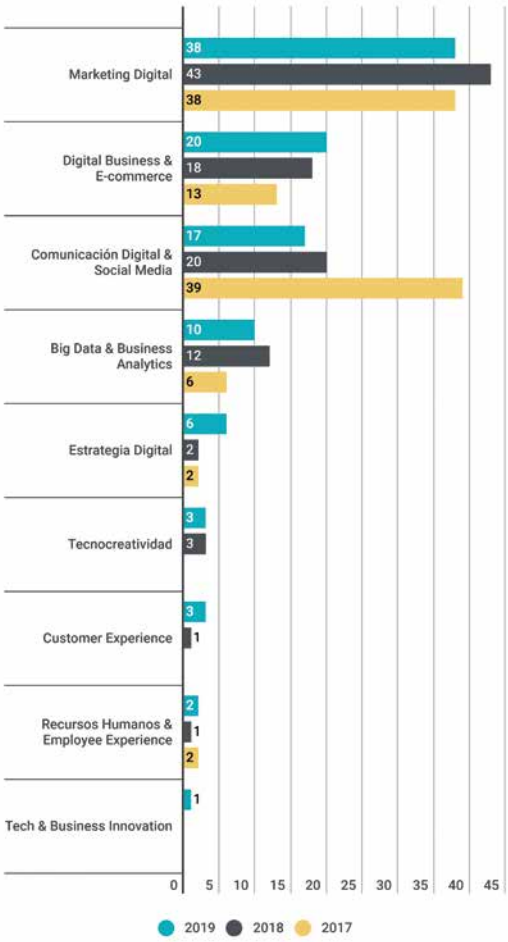
El Marketing Digital prosigue, un año más, como el ámbito que agrupa un mayor número de peticiones de profesionales en Barcelona y Madrid, mientras que en el resto de España esta posición la ocupa el ámbito del Digital Business & E-commerce.

BARCELONA



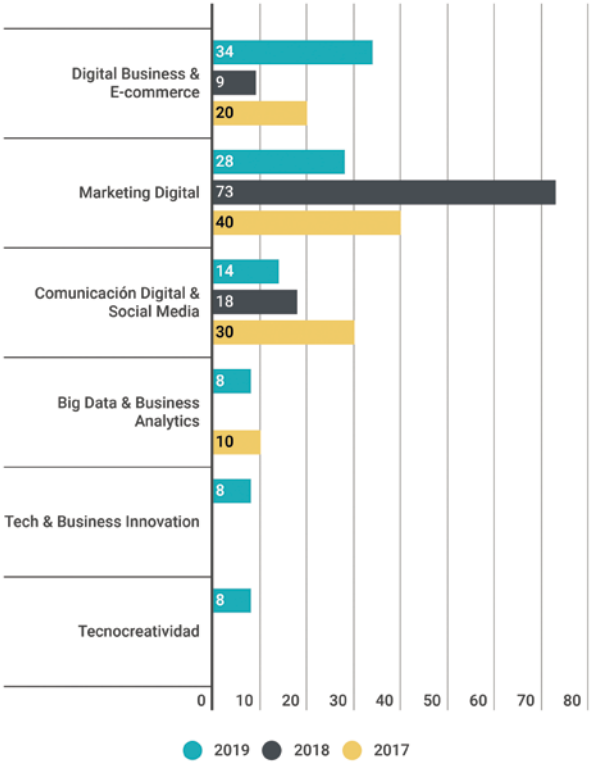
- Desciende la demanda en el ámbito que ocupa la primera posición, Marketing Digital, a pesar de lo cual siguen encabezando el ranking en Barcelona, seguido de Comunicación Digital & Social Media.
- Crece significativamente la petición de profesionales en los entornos de la Estrategia Digital, el Digital Business & E-commerce y la Tecnocreatividad, en detrimento del resto de ámbitos.
- Se reduce la petición de profesionales dentro del ámbito Tech & Business Innovation y no se registra ninguna oferta dentro de Customer Experience.

MADRID



- En Madrid se reduce la demanda en los ámbitos del Marketing Digital y la Comunicación Digital & Social Media.
- El Digital Business & E-commerce crece en 2 puntos, desbancando de la segunda posición al ámbito de la Comunicación Digital & Social Media.
- Cabe destacar el aumento en la solicitud de perfiles para la gestión de la Estrategia Digital de las organizaciones.

RESTO DE ESPAÑA



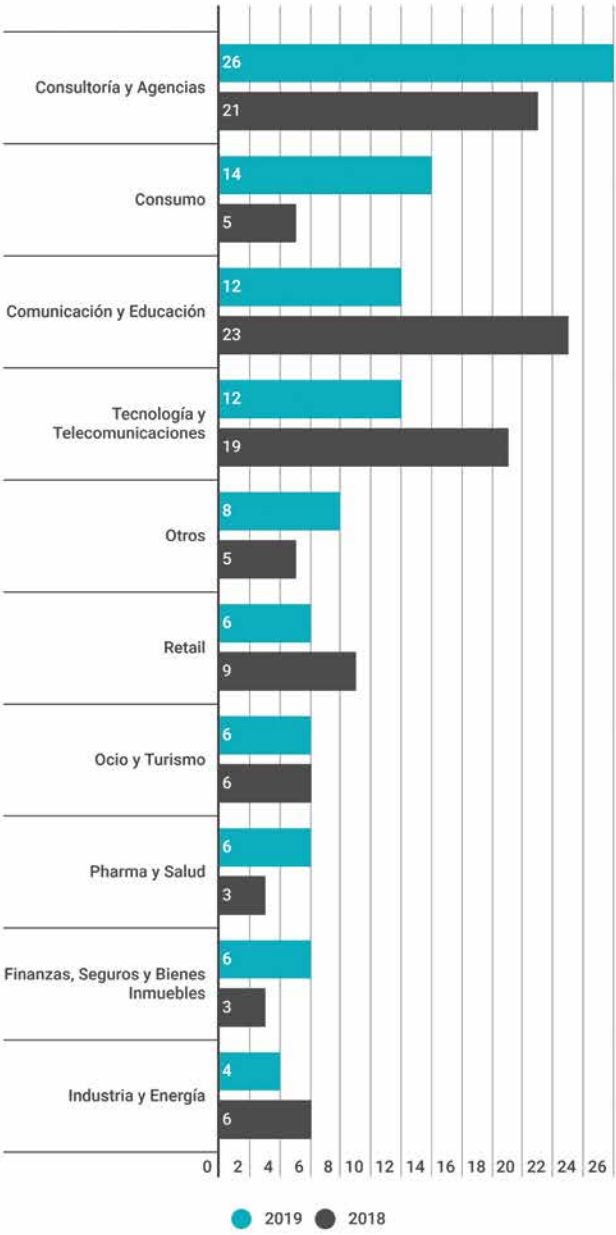
- La variación más remarcable dentro de las ofertas laborales analizadas procedentes de otras zonas de la geografía española pasa por el acusado descenso en torno al Marketing Digital, en favor del Digital Business & E-commerce.
- Es reseñable que, en este informe, aparecen por vez primera solicitudes de perfiles en ámbitos que anteriormente no estaban demandados en el resto de España, como es el caso de la Tecnocreatividad y el Tech & Business Innovation.
- Siguen sin representación -no aparecen posiciones vinculadas posiciones a estos ámbitos- la Estrategia Digital, Customer Experience y Recursos Humanos & Employee Experience.

3.3 Análisis sectorial

Para conocer qué sectores están poniendo mayor acento en la contratación de perfiles digitales, se presenta -en el siguiente gráfico- la distribución de las ofertas laborales analizadas según el sector de actividad de las empresas de las que proceden.

Sectores establecidos:

- Comunicación y Educación
- Consultoría y Agencias
- Consumo
- Finanzas, Seguros y Bienes Inmuebles
- Industria y Energía
- Ocio y Turismo
- Pharma y Salud
- Retail
- Tecnología y Telecomunicaciones
- Otros


Consultoría y Agencias
26
21
Consumo
14
5
Comunicación y Educación
12
23
Tecnología y Telecomunicaciones
12
19
Otros
8
5
Retail
6
9
Ocio y Turismo
6
6
Pharma y Salud
6
3
Finanzas, Seguros y Bienes Inmuebles
6
3
Industria y Energía
4
6
0 2 4 6 8 10 12 14 16 18 20 22 24 26
2019
2018

3.4 Conclusiones

Profesión digital top

Inamovible desde 2015, continúa como profesión digital más solicitada por las organizaciones el Digital Marketing Manager, al que corresponde el 24% del total de las ofertas analizadas en el presente estudio.

Top 5 profesiones digitales más demandadas por las empresas durante 2019

1. Digital Marketing Manager
2. Digital Account Manager
3. Community Manager
4. Digital Communication & Brand Manager
5. SEO Content Manager

Aspectos destacables en torno a las posiciones digitales

- Durante el último año, se observa una mayor distribución en la demanda de perfiles digitales, a pesar de lo cual el Digital Marketing Manager mantiene el liderazgo como posición más solicitada por las empresas. Esta distribución simboliza la madurez digital hacia la que caminan las organizaciones, donde las posiciones digitales generalistas dejan paso a las distintas especializaciones que surgen.
- Es significativo el incremento en la petición de perfiles para la posición de Digital Account Manager, reflejo del impulso que está teniendo el negocio digital.
- Aparecen por vez primera en el ranking las posiciones del Product Owner & Srcum Master, el Trafficker Digital y el CRO Specialist. La entrada de estas posiciones pone de manifiesto la importancia que la empresas están otorgando a las metodologías de trabajo, con el objetivo de poder entregar productos de forma rápida y posibilitar las mejoras incrementales, y la orientación a resultados: no basta con tener

presencia en el medio digital, es necesario mejorar y optimizar los resultados de la inversión realizada.

Aspectos destacables en torno a los ámbitos digitales

- Los ámbitos digitales en los que se agrupan las ofertas laborales no han sufrido variación, puesto que tampoco hay cambios significativos en los perfiles digitales que forman parte del ranking.
- Si atendemos a la evolución del mercado en función de los ámbitos establecidos, observamos que el Marketing Digital y la Comunicación Digital & Social Media siguen contabilizando el mayor número de registros de ofertas laborales asociadas.
- Es destacable el aumento de peticiones de profesionales especializados en los ámbitos de la Estrategia Digital y el Digital Business & E-commerce.

Distribución geográfica

- En lo que se refiere a la ubicación geográfica de las ofertas laborales llevadas a análisis, se mantiene la predominancia de Barcelona y Madrid como principales demandantes de profesionales digitales.
- Se observa un crecimiento en las peticiones procedentes del resto de España, destacando una mayor dispersión en relación con estudios anteriores.
- Mientras que en Barcelona y Madrid los perfiles más solicitados son aquellos que se enmarcan dentro del Marketing Digital, en el resto de España corresponde al ámbito del Digital Business & E-commerce.

Distribución sectorial

- En contraste con la pasada edición, en la que Comunicación y Educación era el sector que más profesionales digitales solicitaba, en esta la primera posición es ocupada por las Consultorías y Agencias, el sector más volcado durante el último año en la digitalización de sus equipos y servicios.
- Crece considerablemente la petición de perfiles digitales en Consumo, mientras que cae la demanda en Comunicación y Educación, y en Tecnología y Telecomunicaciones.

4 Profesiones digitales

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 de colaboración, iniciativa, interés por afrontar nuevos retos, formación especializada o experiencia equivalente y capacidad para gestionar un aprendizaje continuo de manera autónoma.

De cada una de las profesiones se define:

MISIÓN – Objetivo principal

FUNCIONES – Tareas principales

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS – Formación, experiencia y capacidades requeridas.

01 CDO (CHIEF DIGITAL OFFICER)

Director de transformación digital y "hacker" corporativo

MISIÓN

- Definir e implantar la estrategia digital en la empresa, con el fin de asegurar la consecución de los objetivos de negocio digital establecidos.
- Liderar la cultura de gestión del cambio -junto a la Dirección de RR.HH.- hacia una organización ágil e innovadora, así como flexible, conectada, colaborativa, abierta y data driven. Es lo que entendemos por "hacker" corporativo, un perfil capaz de acelerar la transformación.
- Impulsar la innovación de base tecnológica, junto a la Dirección de IT, para el desarrollo de modelos de negocio disruptivos.

FUNCIONES

- Liderar los proyectos de transformación digital de la compañía.
- Acelerar los proyectos de gestión del cambio cultural y data driven.
- Supervisar el correcto funcionamiento y plazos de entrega de los servicios y productos digitales.
- Liderar, formar y retener un equipo de profesionales dinámico y orientado a la disrupción y nuevas tecnologías.
- Mantener a la empresa a la vanguardia de la evolución digital.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de gestión de empresas orientada a negocio, marketing -on y off- y tecnologías digitales y exponenciales.
- Experiencia en la creación, implantación y monitorización de estrategia digital. Identificación y seguimiento de KPI.

- Experiencia en metodologías ágiles y de innovación.
- Liderazgo directivo e inspirador; perfil innovador y emprendimiento.

02 CTO (CHIEF TECHNOLOGY OFFICER)

Director de transformación digital y tecnología

MISIÓN

- Definir e implantar la estrategia tecnológica en la empresa, garantizando al mismo nivel la arquitectura, transacción y operación, la seguridad e innovación de negocio.
- Definir e implantar la estrategia digital en la empresa, como resultado del proceso de transformación digital. Impulsar tecnologías exponenciales que potencien modelos de negocio disruptivos.
- Impulsar la cultura de gestión del cambio hacia una organización ágil e innovadora, y data driven.

FUNCIONES

- Liderar los proyectos de transformación digital y tecnológica de la compañía.
- Liderar la arquitectura tecnológica, de aplicaciones, big data, de seguridad y legal. Desarrollo del modelo cloud de la compañía.
- Supervisar el correcto funcionamiento y plazos de entrega de los servicios, productos y proyecto digitales.
- Liderar, formar y retener un equipo de profesionales dinámico y orientado a la disrupción y nuevas tecnologías.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de sistemas de información, tecnologías digitales y exponenciales, así como de negocio.
- Experiencia en planificación, implantación, gestión y monitorización de proyectos y planes de Sistemas de Información y estrategia digital.

- Experiencia en gestión de servicios internos y orientación al cliente; metodologías ágiles y de innovación.
- Conocimientos legales en IT y ciberseguridad.

Marketing digital

03 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 y acciones transversales.

FUNCIONES

- Definición, gestión y supervisión de la estrategia de marketing digital; asignación de presupuestos a las disciplinas asociadas (inbound marketing, social media marketing, SEM, e-mail marketing, etc.).
- Investigación de mercado, competencia, target y tendencias para la creación de la estrategia de marketing digital.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Titulación vinculada al Marketing, Comunicación o Publicidad.
- Comprensión de los conceptos de marketing más actuales, así como de estrategia digital, tecnología, metodologías y buenas prácticas.
- Herramientas de CRM, big data, bases de datos y analítica digital.
- Conocimiento de tecnologías exponenciales, tecnocreatividad e Inteligencia Artificial aplicada al marketing.

- Experiencia en la gestión acciones tácticas enfocadas al inbound marketing y al funnel de conversión, como e-mail marketing, redes sociales, SEO, SEM, Social Ads y afiliación.

04 INBOUND MARKETING SPECIALIST

Especialista en marketing de atracción

MISIÓN

- Diseñar el funnel y la estrategia de inbound marketing, tanto corporativa como por unidad de negocio, para captar y fidelizar clientes de forma no intrusiva.
- Definir la combinación de acciones de marketing digital, con el objetivo de que el usuario se sienta atraído por los productos o servicios ofrecidos y establecer contacto, siempre bajo iniciativa del cliente.

FUNCIONES

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

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

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

- Interés por las tecnologías exponenciales y la Inteligencia Artificial aplicada al marketing.

05 SEM & SEO SPECIALIST

Especialista en marketing en motores de búsqueda (SEM) y optimización para motores de búsqueda (SEO)

MISIÓN

- Definir y crear campañas de pago en buscadores basadas en keywords, orientadas a la conversión y consecución de objetivos del sitio web.
- Mejorar el posicionamiento orgánico en buscadores e incrementar el número de visitas del sitio.

FUNCIONES

- Desarrollo de la estrategia para las campañas de marketing en buscadores de pago.
- Seguimiento y análisis de los datos arrojados por las campañas para identificar oportunidades de optimización.
- Trabajo con los equipos de ventas y cuentas para generar nuevas campañas de búsqueda.
- Gestión, seguimiento y análisis de estrategias y acciones SEO (Search Engine Optimization).

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Google Adwords y Yahoo Search Marketing.
- Experiencia en herramientas de medición online (analítica digital), recopilación y análisis de los datos de búsqueda y métricas sobre las que basar la toma de decisiones.
- Algoritmos y penalizaciones de Google.
- HTML, CSS, lenguajes de programación y gestores de contenidos.

- Conocimientos sobre cómo funcionan los buscadores (indexación, crawleo, posicionamiento y accesibilidad).

06 SEO SPECIALIST

Especialista en optimización para motores de búsqueda (SEO)

MISIÓN

- Aumentar las visitas de usuarios y potenciales clientes mediante el posicionamiento orgánico de la web en buscadores.
- Identificar las posibilidades de optimización del sitio web con el objetivo de alcanzar, de manera orgánica, las mejores posiciones en los resultados de búsqueda.
- Establecer la estrategia on page -optimización web- y off page -enlaces a la web desde otros sitios-.

FUNCIONES

- Desarrollo de estrategias SEO.
- Optimización de la estructura y contenidos de la web. Correcciones asociadas a posibles penalizaciones de los motores de búsqueda.
- Búsqueda y establecimiento de las keywords más relevantes para el negocio.
- Estudio de la competencia.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en auditorías web.
- Conocimientos sobre cómo funcionan los buscadores (indexación, crawleo, posicionamiento y accesibilidad).
- Algoritmos y penalizaciones de Google.
- HTML, CSS, lenguajes de programación y gestión de contenidos.
- Capacidad de análisis.

07 TRAFFICKER DIGITAL

Experto en gestión de campañas y tráfico online

MISIÓN

- Diseño, planificación, ejecución y medición de las campañas de publicidad en las distintas plataformas digitales, redes sociales y Google.
- Compra y creación del tráfico online publicitario para convertirlo en conversiones.

FUNCIONES

- Ejecutar campañas estratégicas para maximizar el rendimiento de la inversión y los ingresos. Activación, gestión y seguimiento de las campañas.
- Resolución de problemas técnicos en la selección de perfiles de clientes potenciales y relacionados con la optimización de la campaña.
- Configurar las cuentas de los anunciantes en los ad servers.
- Recepción de los píxeles de medición de los soportes para su correcta implementación y posterior comprobación, así como nuevos segmentos de audiencia.
- Recepción de materiales y plan de traficado. Optimización del peso de las creatividades.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Licenciatura o grado en Publicidad, Marketing o Informática.
- Conocimientos en gestión de plataformas de RTB, compra programática y de marketing para gestionar campañas.
- Conocimiento sobre los principales ad servers del mercado.
- Experiencia en SEM para crear estructuras de grupos de anuncios.
- Habilidades analíticas y de resolución de problemas.

08 GROWTH HACKER

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 de usuarios con el mínimo gasto y esfuerzo posibles; incrementar de forma rápida y notoria el volumen de usuarios, ingresos o impactos de la empresa.

FUNCIONES

- Analizar de forma pormenorizada el comportamiento online del consumidor.
- Diseñar contenidos 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 universal.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en marketing, digital, analítica web y desarrollo de producto.
- Conocimientos tecnológicos avanzados, especialmente de tecnologías exponenciales, así como de Inteligencia Artificial aplicada al marketing.
- Experiencia en tecnocreatividad.

09 CRO SPECIALIST

Especialista en conversión web

MISIÓN

- Optimizar la tasa de conversión web (Conversion Rate Optimization) a través de la combinación de diferentes disciplinas, testando cambios en el embudo de conversión y el proceso de compra del usuario para minimizar los pain points mediante diferentes técnicas y herramientas.

FUNCIONES

- Análisis web. Recopilación de datos y creación de informes y cuadros de mando. Identificación de puntos fuertes y débiles del sitio.
- Definición de objetivos, en sintonía con la estrategia de negocio. Establecimiento de los KPI de seguimiento.
- Ideación de las hipótesis que guiarán el proceso de optimización.
- Realización de test sobre todas las modificaciones que se realicen y extracción de resultados para la aplicación de los positivos y el descarte de los que no ofrecen lo esperado.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Formación en E-commerce y/o Marketing Digital.
- Manejo de herramientas de analítica web, Google Analytics y Google Tag Manager.
- Experiencia en herramientas de optimización, como Hotjar y Google Optimizer, y soluciones de diseño.

10 DIGITAL COMMUNICATION & BRAND MANAGER

Responsable de comunicación digital y desarrollo de marca

MISIÓN

- Dar a conocer y potenciar en el mercado la identidad, imagen y marca de la organización a través de los diferentes canales y relaciones con stakeholders.
- Establecer relaciones de colaboración con partners y clientes.
- Construir y velar por la marca y reputación corporativa de la empresa.

FUNCIONES

- Definir, coordinar y dar coherencia a las iniciativas, estrategias y planes de comunicación, reputación y marca en consonancia con los objetivos de negocio.
- Identificar y coordinar los contenidos, mensajes y canales más adecuados para cada acción de comunicación.
- Gestión de la brand experience de la compañía.
- Medir la calidad y eficacia de los resultados de los planes y acciones desarrollados. Gestión de procesos de mejora continua.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Grado en Comunicación, Marketing, Publicidad o estudios afines.
- Estrategia digital y gestión de crisis.
- Habilidades en comunicación y negociación, con un alto nivel de interlocución.

11 SEO CONTENT MANAGER

Responsable de contenido digital multiformato con conocimientos SEO

MISIÓN

- Definición e implantación de la estrategia, plan y calendario de los contenidos que desarrollará la organización para su web, blogs, redes sociales o cualquier otro soporte, tanto propio como ajeno.
- Obtener un contenido de calidad, original, optimizado, con la frecuencia adecuada y que aporte valor al buyer persona de la organización.

FUNCIONES

- Implementación y seguimiento de un calendario de publicación.
- Desarrollar y gestionar el contenido en función de las metas y objetivos de la empresa, previamente definidos en la estrategia.
- Optimización de los contenidos para SEO.
- Seguimiento de KPI y reporting.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Capacidad de redacción, sintaxis y comprensión de entornos de comunicación digitales. Optimización SEO.
- Conocimiento de los distintos formatos de publicaciones.
- Conocimientos avanzados de plataformas y gestores de contenido.

12 SOCIAL MEDIA MANAGER

Responsable de la estrategia en medios sociales

MISIÓN

- Creación, desarrollo e implantación de la estrategia de social media, tanto a nivel de marca como de productos y servicios.

- Actuar como la voz de la empresa puertas afuera y la voz del cliente puertas adentro.

FUNCIONES

- Planificar la estrategia de presencia de la marca en los medios sociales, para dotar a sus productos o servicios de "personalidad" y buena reputación en la red.
- Diseñar y redactar los diferentes protocolos de comunicación y gestión de crisis en las redes sociales.
- Coordinar al equipo de community managers.
- Monitorizar las acciones realizadas. Velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos y el correcto retorno de la inversión realizada.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Formación en disciplinas afines a Comunicación.
- Conocimiento profundo de los medios sociales, recursos y herramientas disponibles.
- Visión estratégica y alta capacidad de análisis. Habilidades de comunicación.
- Experiencia en identidad corporativa y en gestión de crisis. Capacidad de adaptación al cambio y toma rápida de decisiones.

13 COMMUNITY MANAGER

Responsable de la gestión de comunidades y RRSS

MISIÓN

- Gestionar la comunidad de la marca, empresa o producto en Internet, actuando como punto de enlace.
- Incrementar el engagement de la marca con sus seguidores para ganar visibilidad y mejorar su reputación.
- Fomentar la comunidad de la organización en las redes sociales.

FUNCIONES

- Escuchar y responder las conversaciones con la marca que se producen en redes sociales; detección de menciones sobre la empresa y tendencias conversacionales.
- Dinamización de los contenidos digitales.
- Gestión de los comentarios y quejas de clientes; transmisión y gestión con las áreas correspondientes en cada caso.
- Seguimiento y monitorización de la marca en los medios sociales para la extracción de KPI de seguimiento y reporting.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos en comunicación, marketing, ventas, publicidad o periodismo.
- Comunicación asertiva, buena redacción, capacidad de síntesis y alta capacidad de interlocución. Habilidad para implicar de forma activa a grupos de usuarios.
- Resolución y agilidad en la toma de decisiones.

Big data & business intelligence

14 DIGITAL ANALYST

Analista 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.

15 BIG DATA & AI ANALYST

Analista de big data e Inteligencia Artificial

MISIÓN

- Dar sentido y significado a los datos que se recogen en los proyectos de integración de big data.
- Gestionar y mejorar la calidad de los datos.
- Transformar datos en información relevante y útil para la compañía.

FUNCIONES

- Gestión de datos e infraestructura de datos.
- Gestión del conocimiento y bases de conocimiento.
- 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 y específicos en las bibliotecas de análisis de datos.

- Conocimientos técnicos avanzados sobre herramientas de Inteligencia Artificial.
- Elaboración de informes y reporting.

16 CUSTOMER INTELLIGENCE & CRM ANALYST

Analista de inteligencia de clientes y CRM

MISIÓN

- Utilizar los métodos y técnicas analíticas que permitan tener un conocimiento del cliente y del impacto del mismo en el negocio.
- Gestionar y validar los datos de manera eficiente para extraer el valor y conseguir una visión 360° del cliente.
- 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 cruzar datos internos del CRM con datos externos generados por la interacción social de la marca y las bases de datos internas.

FUNCIONES

- Identificar las oportunidades de monetización mediante el análisis de datos, definición del plan de acción e implementación. Impulsar mejoras operativas y aumentar la efectividad de las campañas, medir la contribución en beneficios, personalización de ofertas o servicios, modelizar casos de negocio para llegar a los objetivos propuestos.
- Gestión y mantenimiento de las plataformas tecnológicas CRM. Elaboración de la estrategia de CRM, que incluye las actividades a realizar, 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 para mejorar la fidelización.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Titulación en Ingeniería, Estadística, Económicas o Matemáticas.
- Conocimientos en el manejo de bases de datos y lenguaje de programación. Capacidad para entender el negocio y comunicar insights.
- Conocimientos sobre herramientas CRM, análisis y segmentación de datos. Estrategias de ciclo de vida del cliente, investigación y estudios de mercado.
- Conocimiento de tecnologías exponenciales, así como de Inteligencia Artificial aplicada al dato.

Tecnocreatividad

17 TECNOCREATIVO & DIGITAL DESIGNER

Diseñador digital multiplataforma

MISIÓN

- Identificar soluciones creativas, comunicativas y usables para el posterior desarrollo de productos gráficos digitales.

FUNCIONES

- Diseño y maquetación web y de espacios digitales.
- Diseño de elementos gráficos e infografías. Coordinación con el área correspondiente para la elaboración de contenidos.
- Tratamiento de imágenes.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Estudios relacionados con el diseño y afines.
- Conocimiento de los lenguajes y herramientas de diseño web y gráfico habituales.
- Conocimientos de usabilidad.

18 UI/UX DESIGNER

Diseñador de interfaces y experiencia de usuario

MISIÓN

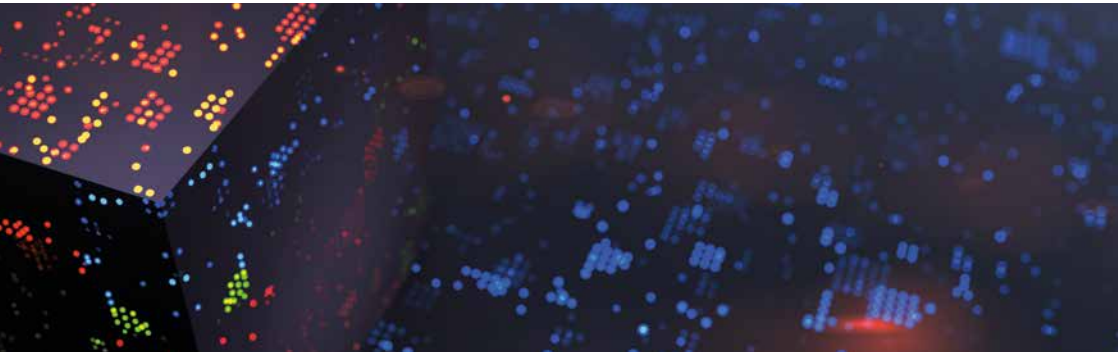
- Definir la Experiencia de Usuario (UX) en los entornos digitales que la organización pone a disposición de los usuarios.
- Gestionar la dirección de arte del software -orientada al usuario- y la definición del aspecto y comportamiento gráfico.

FUNCIONES

- Desarrollar la User Interface (UI) y la User Experience (UX).
- Diseñar los componentes gráficos.
- Preparar los paquetes de gráficos que han de ser usados en el desarrollo.
- Desarrollo de experiencias wow!.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Uso avanzado de Adobe Creative Suite. Manejo de Sketch.
- Conocimientos sobre CSS.
- Conocimientos de User Experience en los distintos tipos de dispositivos (mobile, escritorio, …).
- Perfil artístico, creativo e innovador.



19 CUSTOMER EXPERIENCE MANAGER

Responsable de experiencia del cliente

MISIÓN

- Alinear las expectativas y percepciones de los clientes con las propuestas de valor que ofrece la marca, buscando siempre superarlas.
- Definición e implementación de la estrategia de la compañía en términos de CX: objetivos, plan de acción y herramientas de medición. Análisis de su impacto en la cuenta de resultados.
- Concienciación interna, involucrando a todas las áreas de la organización para asegurar el éxito.

FUNCIONES

- Analizar y optimizar la experiencia del cliente en todos los puntos de contacto y durante la duración de su relación con la marca: desde la conciencia, el descubrimiento, la atracción, la interacción, la conversión, el uso, hasta el cultivo de la relación y la recomendación.
- Fijación de objetivos a corto, medio y largo plazo, así como de las acciones necesarias para su consecución. Seguimiento y reporte de resultados.
- Orientar a la organización, proporcionando la información, procesos y herramientas necesarios, para trabajar con foco en el cliente, haciéndoles partícipes de nuevas maneras de hacer las cosas.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Profundo conocimiento y experiencia en marketing, fidelización, atención al cliente, innovación y desarrollo de negocio.
- Visión multidimensional y multicanal.
- Liderazgo, capacidad de escucha y empatía.

- Manejo de herramientas de diseño de customer journey, mapas de empatía, buyer persona, pain points, mapas de relación individuo-marca, etc.

20 DIGITAL BUSINESS MANAGER

Responsable de negocio digital

MISIÓN

- Creación, definición y ejecución del plan de negocio digital de la compañía; gestión de los nuevos modelos de negocio digital y su ROI.

FUNCIONES

- Control de la estrategia global e internacional del desarrollo de negocios digitales.
- Identificación y seguimiento de los KPI clave, como Coste de Adquisición o Live Time Value.
- Gestión del plan de marketing digital, asignación de presupuestos a las disciplinas asociadas.
- Gestión del social selling de la compañía.
- Investigación de mercados, competencia, target, tecnologías exponenciales y tendencias para la creación de la estrategia de negocio digital.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Gran comprensión de internet, plataformas digitales e innovación tecnologías y los modelos de negocio asociados a nivel internacional.
- Conocimiento de las mejores y más actuales técnicas del social selling y de marketing digital, así como de estrategia digital, tecnologías y metodologías ágiles.
- Conocimientos sobre tecnologías exponenciales, tecnocreatividad e Inteligencia Artificial aplicada al marketing.

21 E-COMMERCE MANAGER

Responsable de comercio electrónico

MISIÓN

- Dirigir y gestionar el comercio electrónico de la organización, con el objetivo de ofrecer un servicio óptimo y obtener el mejor ROI posible.

FUNCIONES

- Definir y liderar la estrategia digital adaptada al tipo de e-commerce, tipo de producto y territorio de alcance.
- Gestionar e innovar en los ámbitos clave: tienda online, productos, marketing digital, sistemas de pago, fulfillment, logística, servicio al cliente, analítica, ...
- Coordinación con los equipos de trabajo internos y externos en las diferentes áreas digitales (contenido, Social Media, SEO, SEM, CRM, pricing, …).
- Gestionar los KPI claves de la tienda online y el desarrollo del negocio.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Gran conocedor del producto o servicio y del sector, para así poder trabajar una estrategia de contenidos y compra de productos adecuados.
- Conocimientos de las plataformas tecnológicas más utilizadas, así como de estrategias de marketing digital, sistema de pagos y logística.
- Conocimientos en tecnologías exponenciales, tecnocreatividad y de Inteligencia Artificial aplicada al e-commerce, al customer intelligence y al marketing digital.

22 DIGITAL ACCOUNT MANAGER

Ejecutivo de cuentas digitales

MISIÓN

- Gestión de cuentas en proyectos digitales o gestión de negocio digital.

FUNCIONES

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

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

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

23 DIGITAL HR MANAGER

Responsable de RR.HH. Digital

MISIÓN

- Liderar, impulsar y acelerar el proceso de reorganización, transformación y cambio de la organización para adaptarla a los nuevos retos digitales del negocio y a las nuevas formas de trabajar para ser competitivos.

FUNCIONES

- Definir la hoja de ruta con las iniciativas digitales internas que, alineadas con negocio, aceleren el proceso de transformación digital de la empresa.
- Gestionar el cambio hacia un mindset y cultura digital.
- Impulsar y acompañar nuevas formas de comunicación interna y trabajo con plataformas digitales y colaborativas; nuevos estilos de liderazgo y organización con equipos multifuncionales y metodologías ágiles; formar en habilidades y competencias digitales; adoptar estrategias digitales de employer branding, …

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Formación en RR.HH. y gestión de personas.
- Habilidad en el uso de herramientas digitales de gestión, comunicación, análisis y compartición de información.
- Conocimiento y experiencia en metodologías ágiles de gestión y creatividad.

24 AI BOTS MANAGER

Experto en soluciones de Inteligencia Artificial para bots

MISIÓN

- Identificación de casos de uso de tecnologías conversacionales.
- Creación del caso de negocio y promoción interna del mismo.
- Liderar la implantación y monitorización de la solución.

FUNCIONES

- Evaluación de necesidades y generación de SRS (Software Requirements Specification).
- Generación de RFP (Request for Proposals) y evaluación de ofertas.
- Gestión de proveedores.
- Implantación de plan de pruebas.
- Despliegue a producción.
- Plan de monitorización de la solución.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Formalismos de representación del conocimiento.
- Bases de conocimiento.
- Arquitectura de sistemas basados en el conocimiento.
- NLP (Natural Language Processing).

25 PRODUCT OWNER & SCRUM MASTER

Experto en metodologías ágiles

MISIÓN

- Transmitir las necesidades de los clientes a los equipos para posibilitar el desarrollo de los productos más convenientes en cada caso.
- Actuar como facilitador para conseguir el mejor trabajo posible en los equipos a través del uso de metodologías ágiles.

FUNCIONES

- Establecer los objetivos de los proyectos y requisitos de los productos.
- Planificar los proyectos, priorizando y gestionando los tiempos.
- Transmitir la metodología ágil y principios scrum a los equipos, orientándolos hacia un aprendizaje, a través de la experiencia, y potenciando su motivación.
- Reducir los impedimentos que alejan a los equipos del cumplimiento de los objetivos establecidos.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de metodologías ágiles y scrum.
- Planificación y gestión de proyectos.
- Liderazgo, asertividad, capacidad de comunicación y de gestión de equipos.
- Manejo de herramientas de gestión de proyecto (Jira, Wrike, ...)

5 Profesiones tecnológicas

01 IOS APPS DEVELOPER

Desarrollador de aplicaciones móviles para IOS

MISIÓN

- Desarrollo de aplicaciones en las tecnologías nativas de Apple en sus dispositivos desde el inicio y hasta su publicación.

FUNCIONES

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

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

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

02 ANDROID APPS DEVELOPER

Desarrollador de aplicaciones móviles para Android

MISIÓN

- Desarrollo de las aplicaciones en las tecnologías nativas de Android en sus dispositivos desde el inicio y hasta su publicación.

FUNCIONES

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

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

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

03 BACKEND DEVELOPER

Desarrollador de 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.
- Conocimientos de Bases de Datos como MySQL o SQL Server.
- Se valoran conocimientos de Python, Ruby.

04 3D MODELER AND ANIMATOR

Modelador y animador 3D

MISIÓN

- Generar los elementos 3D necesarios en cada 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, desktop, …).
- 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, desktop, …).

05 WEB DEVELOPER

Desarrollador web

MISIÓN

- Desarrollo de la parte frontal de aplicativos web, garantizando la seguridad y la compatibilidad con todos los dispositivos y navegadores.

FUNCIONES

- Desarrollar el código web respetando su adaptación a dispositivos y navegadores distintos.
- Asegurar los mínimos de seguridad y su correcta publicación.
- Generación y gestión de bases de datos.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos avanzados de programación web y bases de datos.
- Conocimiento de CSS y Web Services.
- Experiencia en metodologías ágiles de trabajo en equipos (Scrum, Kanban).

06 SAP CONSULTANT

Consultor del ecosistema SAP

MISIÓN

- Analizar los procesos industriales, administrativos y de gestión de la compañía.
- Ofrecer al cliente soluciones a su problemática de negocio.
- Configuración de los módulos de SAP según las necesidades empresariales.

FUNCIONES

- Diseño de los planos empresariales de la compañía cliente.
- Adecuación y adaptación del sistema SAP a las necesidades del cliente.
- Capacitación al equipo de usuarios en los procesos implementados.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Entendimiento de la arquitectura SAP.
- Conocimiento de los procesos del área funcional correspondiente.
- Conocimiento de las herramientas que proporciona SAP: guías de customizing, diccionario de datos, lenguajes de programación.
- Alta capacidad de comunicación.

07 DYNAMICS CONSULTANT

Consultor de la plataforma CRM Dynamics

MISIÓN

- Creación y mantenimiento de relaciones de calidad con los clientes. Potenciar las ventas, marketing y servicios de acuerdo con los objetivos de la organización.
- Diseñar e implementar procesos de negocio (CRM) sobre los estándares de Dynamics. Definición de aplicaciones corporativas y procesos empresariales.

FUNCIONES

- Analizar los requerimientos, diseño, desarrollo, puesta en marcha y mantenimiento evolutivo de los proyectos y sistemas CRM.
- Creación, parametrización y mantenimiento de las herramientas que soportan estos proyectos.
- Formación y soporte a usuarios.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Certificación Microsoft Dynamics CRM.
- Experiencia en tecnologías relacionadas con Microsoft Dynamics CRM.
- Gestión de proyectos y coordinación de equipos de implantación, toma de requisitos y análisis funcionales para evolutivos.
- Alta capacidad comunicativa. Metodologías ágiles.

08 SALESFORCE CONSULTANT

Consultor de la plataforma CRM Salesforce

MISIÓN

- Responsabilizarse del diseño, desarrollo y mantenimiento de soluciones empresariales Salesforce CRM.
- Gestionar y supervisar el ciclo de vida de proyectos de implantación de sistemas y/o herramientas CRM, desde la toma de requisitos al diseño de la solución, desarrollo del proyecto, puesta en marcha y mantenimiento posterior de los sistemas implantados.

FUNCIONES

- Análisis de requerimientos, diseño, desarrollo y puesta en marcha de proyectos CRM.
- Creación, parametrización y mantenimiento de las herramientas que soportan estos proyectos.
- Análisis y desarrollo de las necesidades de mantenimiento evolutivo y correctivo.
- Formación y soporte a usuarios.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Metodologías y herramientas de gestión de proyecto. Soluciones de gestión de versiones y entornos.

- Conocimientos de las funcionalidades Salesforce (Sales Cloud, Marketing Cloud, ...).
- Lenguajes de base de datos SOQL y desarrollo APEX.
- Capacidad para trabajar de forma creativa y analítica en un contexto de resolución de problemas.
- Alta capacidad de interlocución.

09 CHIEF AI SCIENTIST

Científico jefe de Inteligencia Artificial

MISIÓN

- Generar los resultados de investigación en Inteligencia Artificial requeridos por el Product Roadmap.
- Generar los prototipos de investigación que validen los resultados de investigación.
- Supervisar la correcta implementación del sistema de producción a partir del prototipo de investigación.

FUNCIONES

- Dirección de proyectos de Inteligencia Artificial.
- Interfaz entre el Leadership Team y el área de Inteligencia Artificial.
- Definición de la cultura y metodología de trabajo.
- Formación de los ingenieros de Inteligencia Artificial.
- Apoyar la preventa con prototipos, sistemas demostradores, explicación de la tecnología, respondiendo posibles objeciones de clientes, ...
- Evangelización: whitepapers, conferencias sectoriales, webinars, etc.
- Mentorización y desarrollo profesional de los ingenieros de Inteligencia Artificial.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de desarrollo y estado del arte de la Inteligencia Artificial.
- Metodología de investigación. Gestión y metodologías de innovación.
- Liderazgo y dirección de equipos investigadores y desarrolladores.
- "Tools of the trade" (herramientas tecnológicas de uso habitual en la profesión).
- Capacidad de trabajo y organización de equipos multidisciplinares.
- Capacidad para desarrollar nuevos resultados de investigación, cuando los preexistentes resultan inadecuados.

10 AI RESEARCHER

Investigador en Inteligencia Artificial

MISIÓN

- Identificar y descubrir oportunidades de negocio a través del desarrollo de las tecnologías basadas en Inteligencia Artificial.

FUNCIONES

- Liderar proyectos investigación y desarrollo de soluciones tecnológicas innovadoras basadas en Inteligencia Artificial.
- Elaboración y adaptación de algoritmos de Inteligencia Artificial, incluyendo desde modelos predictivos hasta la aplicación de marcos de aprendizaje profundo.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Graduado en Ingeniería Informática, Telecomunicaciones, Matemáticas o similar.
- Conocimientos de lenguajes de programación.

- Conocimientos de Inteligencia Artificial, Data Mining, Machine Learning y procesado de datos.
- Estadística y probabilidad.

11 IoT DEVELOPER

Desarrollador del Internet de las Cosas

MISIÓN

- Desarrollar software integrado para dispositivos de IoT.

FUNCIONES

- Diseño e implementación de soluciones hardware y software orientadas a la mejora de los procesos.
- Facilitar la comunicación entre dispositivos a través de la web.
- Configuración instalación y gestión del software distribuido.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Titulación en Telecomunicaciones o Informática.
- Desarrollo web y de aplicaciones móviles.
- Programación C/C++, Python
- Sistemas de gestión de servidores.
- Conocimientos de las fórmulas y sistemas de recopilación, recogida de datos y visualización de datos.

12 BLOCKCHAIN DEVELOPER

Desarrollador de blockchain

MISIÓN

- Analizar y evaluar las distintas soluciones existentes, casos de uso y cómo abordar estrategias para incorporar estas tecnologías en los procesos de negocio de las organizaciones.

FUNCIONES

- Desarrollo de aplicaciones descentralizadas y contratos inteligentes.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Ingeniería Informática, Telecomunicaciones o afín. Perfil técnico de programador.
- Conocimientos de Microsoft SQL Server, Visual Studio, .NET, MVC, AJAX, SQL, C, C ++, C #, Javascript, Node.js, JQuery, SOAP, REST, FTP, HTML, XML, XSLT, XCOD, Agile Scrum y MYSQL.
- Experiencia en el desarrollo e implementación de APIs.
- Conocimientos de tecnologías blockchain (Solidity, Blockchain, Ethereum, Cryptocurrency, Node.js).

13 COMPUTER VISION ENGINEER

Ingeniero de visión computacional

MISIÓN

- Desarrollar software con el objetivo de generar algoritmos de visión que contribuyan al reconocimiento de patrones en imágenes; trabajar sobre la visión computarizada para la identificación y posicionamiento de objetos, con el fin de producir información que pueda ser tratada por un ordenador (orientado la fabricación automatizada, controles de calidad, etc.).

FUNCIONES

- Desarrollo de sistemas que permitan el análisis de vídeos y acciones. Integración de estos sistemas.
- Definición y creación de sistemas de reconocimiento que cumplan con la normativa existente sobre privacidad seguridad de datos y privacidad.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Ingeniería Informática o estudios afines. Master vinculado a las ciencias de la computación.
- Conocimientos de computación, programación, matemáticas y estadística.
- Conocimientos de software en las áreas de administración de bases de datos, entornos de desarrollo y software orientado a componentes u objetos.
- Habilidades analíticas y de pensamiento crítico.

14 JAVA DEVELOPER

Desarrollador Java

MISIÓN

- Desarrollar aplicaciones para sistemas de gestión basados en servidores de aplicaciones J2EE o Spring Environments.
- Desplegar pruebas unitarias, de integración y funcionalidad de codificación; configuración de aplicaciones para servidor.

FUNCIONES

- Análisis de las necesidades del negocio y propuesta de soluciones.
- Diseño de soluciones de arquitectura. Diseño y desarrollo de componentes, servicios, clases y bibliotecas Java. Trabajo sobre las bases de datos SQL y NoSQL.
- Definición y ejecución de pruebas automáticas de los componentes.
- Desarrollo de scripts para la implementación y la configuración de los componentes.

CONOCIMIENTO Y COMPETENCIAS

- Ingeniería Informática o estudios afines.
- Conocimientos de programación de bases de datos (SQL) y programación orientada a objetos.
- Arquitectura de sistemas y desarrollo de frameworks.
- HTML, CSS y JavaScript.
- Conocimiento de metodologías ágiles.

15 PROJECT MANAGER

Gerente de proyecto

MISIÓN

- Coordinación del desarrollo de un proyecto tecnológico de principio a fin.

FUNCIONES

- Comunicación con el cliente y con el equipo de producción.
- Generación de la documentación (documento funcional) necesaria para la definición del proyecto.
- Asegurar la rentabilidad, los plazos de entrega, las funcionalidades y la calidad del producto entregado.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos técnicos generales.
- Conocimientos y experiencia en gestión de personas y equipos.
- Se valora experiencia en metodologías ágiles de trabajo en equipos (Scrum, Kanban).

6 Bandas salariales

A continuación se enumeran y describen las bandas salariales para cada una de las profesiones recogidas en este estudio. Nótese que la retribución variará en función de la experiencia y cualificación de cada profesional, y que también puede verse afectada por el tamaño de la empresa solicitante.

Profesiones digitales

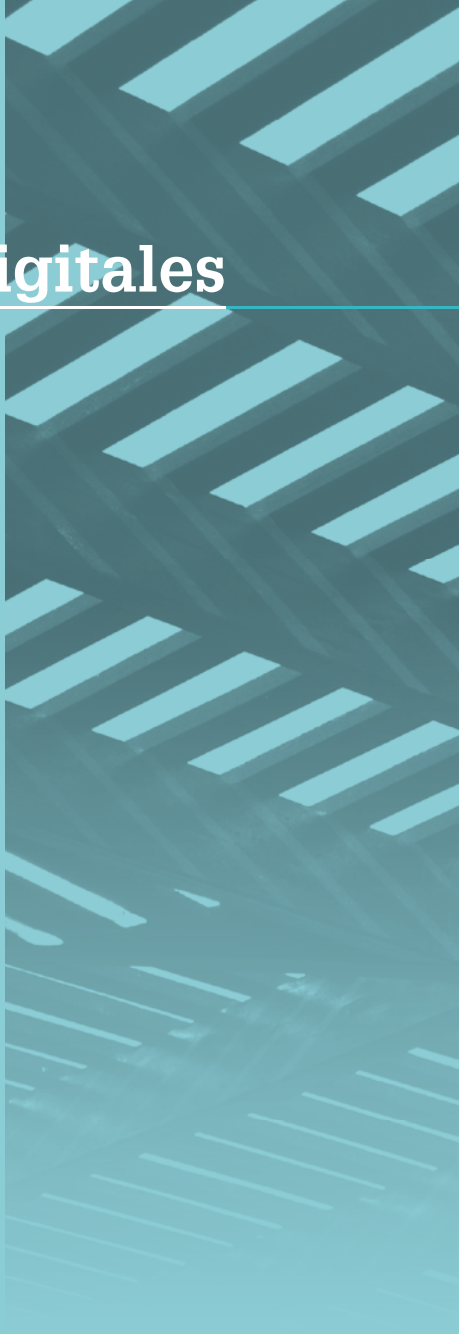
	Posición	Banda salarial
1	CDO	90.000 - 200.000 €
2	CTO	80.000 - 150.000 €
3	Digital Marketing Manager	50.000 - 80.000 €
4	Inbound Marketing Specialist	35.000 - 45.000 €
5	SEM & SEO Specialist	25.000 - 38.000 €
6	SEO Specialist	25.000 - 38.000 €
7	Trafficker Digital	28.000 - 38.000 €
8	Growth Hacker	20.000 - 40.000 €
9	CRO Specialist	30.000 - 45.000 €
10	Digital Communication & Brand Manager	50.000 - 100.000 €
11	SEO Content Manager	25.000 - 40.000 €

	Posición	Banda salarial
12	Social Media Manager	35.000 - 50.000 €
13	Community Manager	25.000 - 45.000 €
14	Digital Analyst	35.000 - 65.000 €
15	Big Data & AI Analyst	45.000 - 65.000 €
16	Customer Intelligence & CRM Analyst	35.000 - 60.000 €
17	Tecnocreativo & Digital Designer	23.000 - 38.000 €
18	UI/UX Designer	25.000 - 55.000 €
19	Customer Experience Manager	40.000 - 60.000 €
20	Digital Business Manager	70.000 - 120.000 €
21	E-commerce Manager	70.000 - 100.000 €
22	Digital Account Manager	45.000 - 60.000 €
23	Digital HR Manager	50.000 - 90.000 €
24	AI Bots Manager	40.000 - 50.000 €
25	Product Owner & Scrum Master	35.000 - 45.000 €

Profesiones tecnológicas

	Posición	Banda salarial
1	IOS Apps Developer	40.000 - 55.000 €
2	Android Apps Developer	40.000 - 55.000 €
3	Backend Developer	30.000 - 50.000 €
4	3D Modeler and Animator	26.000 - 38.000 €
5	Web Developer	30.000 - 45.000 €
6	SAP Consultant	30.000 - 60.000 €
7	Dynamics Consultant	25.000 - 35.000 €
8	Salesforce Consultant	25.000 - 35.000 €
9	Chief AI Scientist	50.000 - 65.000 €
10	AI Researcher	40.000 - 50.000 €
11	IoT Developer	35.000 - 50.000 €
12	Blockchain Developer	30.000 - 55.000 €
13	Computer Vision Engineer	30.000 - 45.000 €
14	Java Developer	35.000 - 45.000 €
15	Project Manager	30.000 - 45.000 €

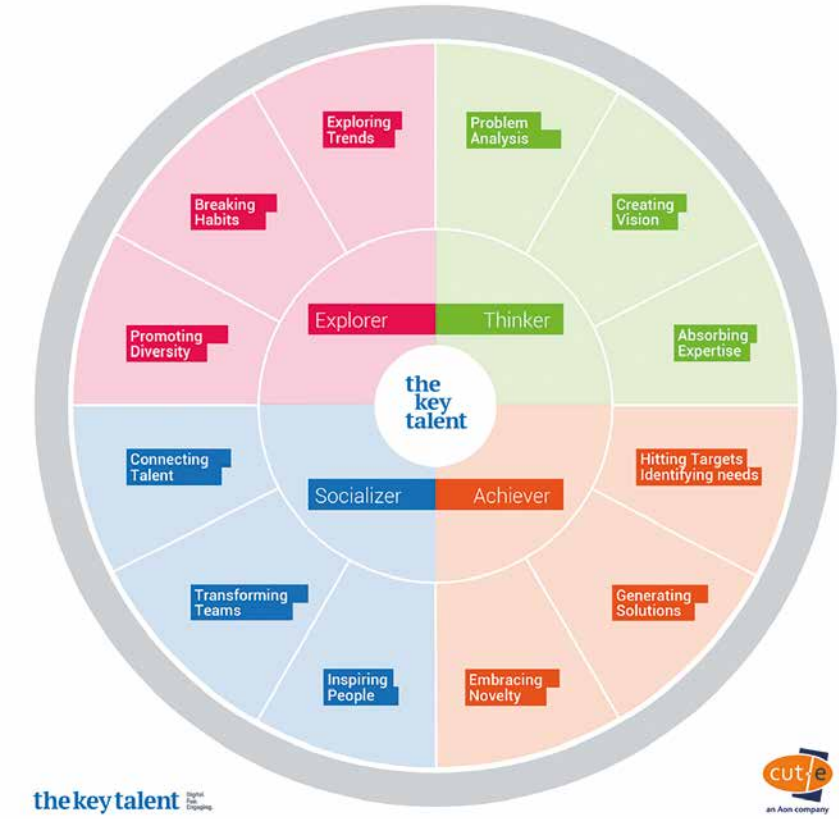
7 Competencias digitales



DIMENSIONES DE LA CULTURA DIGITAL

Competencias básicas digitales

La transformación digital requiere de nuevos conocimientos, habilidades y competencias digitales en los profesionales. Según el modelo de referencia desarrollado por The Key Talent para cut-e, una compañía de Aon, 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.

-----THINKER-----

Problem analysis

☑ Analiza información compleja, la sintetiza y la presenta de modo sencillo y seguro.

Creating vision

☑ Identifica necesidades y desarrolla una visión nueva y realista sobre su negocio en un entorno digital.

Absorbing expertise

☑ Construye su aprendizaje de forma ágil utilizando canales digitales y conectando el conocimiento que provienen de otras personas.

-----ACHIEVER-----

Hitting targets / identifying needs

☑ Al negociar, identifica conocimiento y necesidades subyacentes llegando a acuerdos con sus interlocutores.

Generating solutions

☑ Actúa de forma ágil y resolutiva utilizando los recursos con pragmatismo.

Embracing novelty

☑ Responde adecuadamente ante cambios y situaciones de incertidumbre.

-----SOCIALIZER-----

Inspiring people

☑ Convence y persuade a sus interlocutores mediante canales digitales.

Transforming temas

☑ Desarrolla actividades de equipo, incluso en entornos deslocalizados, para alcanzar los objetivos con los medios disponibles.

Connecting talent

☑ Crea redes productivas utilizando contenidos y fórmulas novedosas que amplían sus fronteras de negocio y de clientes.

-----EXPLORER-----

Promoting diversity

☑ Trabaja en equipos multiculturales y disciplinares fomentando el respeto a las diferencias individuales y de opinión para conseguir los mejores resultados.

Breaking habits

☑ Actúa con convicción y rompe hábitos cuando es necesario.

Exploring trends

☑ Se toma tiempo para conocer las soluciones existentes en el mercado y las aprovecha en el ámbito profesional.

Realidad virtual, robótica avanzada, Inteligencia Artificial, nanotecnología, biotecnología, … Avances que están transformando nuestra forma de vida y trabajo. Algunas posiciones desaparecerán, otras cobrarán protagonismo y muchas otras surgirán. Todo esto provoca que las competencias profesionales deban adaptarse a las nuevas necesidades por lo que todos los profesionales, para seguir siendo competitivos, deberán interiorizar que, en adelante, el proceso de aprendizaje debe ser continuo.

8 Tendencias

8.1 5 Claves de la Inteligencia Artificial para 2020

http://www.mujeresconsejeras.com/5-claves-de-la-inteligencia-artificial-para-el-2020/

La implantación de la Inteligencia Artificial (AI) en las empresas crecerá de manera exponencial a partir del 2020; pero hasta ahora, su aplicación ha sido discreta en gran medida por el desconocimiento de la misma. No obstante, sabemos, desde Íncipy, que las empresas están haciendo importantes esfuerzos para impulsar la Transformación Digital y que en la próxima década parte de los procesos y proyectos transformadores de la hoja de ruta digital están y estarán soportados por la AI.

JOANA SÁNCHEZ. - La mayor parte de líderes y responsables de la transformación digital tienen muchas cuestiones en torno a la Inteligencia Artificial y a continuación os indico las que he podido recoger en los últimos meses en una síntesis de 5 preguntas clave sobre la Inteligencia Artificial en 2020.

1. ¿Qué es la AI?

La Inteligencia Artificial (IA), es la inteligencia llevada a cabo por la tecnología que es capaz de "imitar" las funciones «cognitivas» que los humanos asocian con las mentes humanas como, por ejemplo: «percibir», «razonar», «aprender» y «resolver problemas». Andreas Kaplan y Michael Haenlein definen la Inteligencia Artificial como "la capacidad de un sistema para interpretar correctamente datos externos, para aprender de dichos datos y emplear esos conocimientos para lograr tareas y metas concretas a través de la adaptación flexible".

2. ¿Qué tipos de AI existen?

Igual que los humanos disponemos de diferentes tipos de inteligencias, las inteligencias artificiales tampoco son iguales y se diferencian entre ellas por su nivel de complejidad, según un artículo de Business Insider existen cuatro tipos de AI:

Nivel 1.- Inteligencia Artificial en su forma más básica

Este tipo de Inteligencia Artificial parte de una base de datos en la que se incluye toda la información que puede necesitar para desarrollar su tarea, así como los conocimientos para usar y combinar toda esa información para lograr un resultado lo más satisfactorio posible. Sistemas de Inteligencia Artificial como Deep Blue, "el superordenador desarrollado por IBM para derrotar a finales de los 90 a Garri Kaspárov son un buen ejemplo de este tipo de AI básica.

Nivel 2.- Inteligencia Artificial con memoria limitada

Es la que se está desarrollando en la actualidad, y se refiera a los algoritmos que son los que tienen capacidad para registrar o "recordar" experiencias pasadas para predecir o aplicarlas en sus decisiones. Se utilizan en aplicaciones tan variadas como en los dispositivos móviles o los asistentes por voz/ chatbots. Estos sistemas utilizan el aprendizaje automático para, en base a unos conocimientos base, añadir nueva información a su base de datos para mejorar su funcionamiento. La Inteligencia Artificial utilizada para el coche autónomo, por ejemplo, se categoriza en este apartado ya que se basa en una serie de datos establecidos, como calles, señales u obstáculos, con datos en constante cambio como son la velocidad y distancia de otros vehículos, etc.

Nivel 3.- Inteligencia Artificial basada en la teoría de la mente

La capacidad de procesar y exponer emociones es uno de los grandes pilares en los que se basan las sociedades humanas y supone el primer paso en la integración de la Inteligencia Artificial como parte de esa sociedad y no como un mero dispositivo o algoritmo. Este planteamiento base ya plantea un funcionamiento mucho más humano en el desarrollo de procesos de Inteligencia

Artificial ya que "el agente de Inteligencia Artificial" debe ser capaz de comprender las emociones de su interlocutor y ser capaz de mostrar las suyas propias. Por el momento esta categoría de AI se encuentra en fase experimental, pero ya existen procesos capaces de detectar estados de ánimo en las personas por los microgestos de su cara, los matices de la voz y otros indicadores de conducta humana.

Nivel 4.- Inteligencia Artificial con conciencia de sí misma

Los sistemas de Inteligencia Artificial con conciencia de sí misma se encuentran en un estado meramente teórico. En realidad, este sería el máximo nivel de Inteligencia Artificial, ya que sería el más próximo a los seres vivos. En este estadio de la Inteligencia Artificial, la máquina comprendería sus sentimientos y sería capaz de ponerlos en un contexto teniendo una perspectiva de sí mismos.

3. ¿Qué retos plantea la AI?

La IA está abriendo inesperados dilemas y se avecinan fuertes controversias con la capacidad predictiva de la IA, en este sentido me gustó el planteamiento del artículo de Xavier Ferras en La Vanguardia, "¿Es oportuno que un algoritmo anticipe cuándo desarrollaremos una grave enfermedad genética? ¿Que vaticine cuándo vamos a morir? ¿O, simplemente, que nos sugiera con quién debemos casarnos? (y sepamos que objetivamente quizá está en lo cierto) ¿Externalizaremos decisiones vitales a algoritmos cada vez más certeros?"

"Google, Facebook o Amazon pueden crear perfiles psicológicos acertados de sus usuarios. Se pueden utilizar para vender productos o para influir en el voto en unas elecciones. "¿Las plataformas digitales podrían complementar o substituir a las democracias? Si ya sabemos qué quieren los ciudadanos a través del big data, ¿para qué votar? ¿Podríamos substituir el sistema de partidos y las elecciones democráticas por sistemas de toma de decisiones automáticas sobre presupuestos públicos, en un tipo de tecnocracia automatizada?" indica Xavier Ferrás.

La Inteligencia Aplicada o Applied Intelligence ya es una realidad en algunas empresas. Por lo que la combinación de la AI, con datos, analítica y automatización podría llegar a crear empresas

sin empleados, que plantea nuevas dudas. ¿Tendremos un futuro sin trabajo? ¿Cómo se distribuirá la renta? ¿Cómo se aplicarán las responsabilidades?...

Por último, nos faltan respuestas para el nivel 4, una AI con consciencia de sí misma podría superar la inteligencia humana en su conjunto. "El cerebro humano es un dispositivo biológico con 100.000 millones de neuronas. Si la tecnología sigue el ritmo actual, hacia el 2040 dispondremos de procesadores con arquitecturas tan densas en conexiones como un cerebro. Intel ya ha anunciado chips que simulan el cerebro. Microsoft destina 1.000 millones ese fin" indica de nuevo Ferrás. Y si emerge consciencia de estos dispositivos, ¿cómo estructuraremos una nueva sociedad? ¿qué rol tendremos los humanos? ¿será legalmente un organismo vivo? ¿qué derechos y obligaciones tendrá? Y, aunque parezca ciencia ficción, estas cuestiones las tendremos que dirimir nuestra generación, tenemos una alta responsabilidad.

De momento no podemos dar la espalda a esta realidad sino afrontarla e integrarla.

4. ¿Qué aplicaciones tiene la AI en la empresa?

La AI en el 2020, adicionalmente a la ya desplegada robótica y automatización de procesos, se desarrollará en el avance del "machine learning" o aprendizaje automatizado, es decir, en el análisis del big data en todas las áreas de la organización (marketing, comunicación, ATC, ventas, RR.HH., I+D, …) y será una tecnología clave en 2020 que nos impactará en la forma en que vivimos y trabajamos. Las tecnologías de aprendizaje automático están ya presentes en todos los softwares actuales que utilizamos la mayor parte de las empresas, así como en los siguientes ámbitos de actuación:

1. Análisis predictivos

La AI es clave en la analítica predictiva de campañas de marketing, CRM, venta o I+D y ya es una realidad, especialmente cuando se dispone de un alto número de datos que nos permita la predicción de patrones principalmente en el análisis de clientes y potenciales.

El desarrollo de la AI en RR.HH. como en la selección de candidatos

en las empresas con necesidad de un alto número de atracción de talento, se ha convertido en una necesidad clave para los próximos años. De este modo, tareas como la gestión de currículums pueden realizarse ahora mediante un sistema de Inteligencia Artificial, lo que supone un ahorro de tiempo y recursos. Así mismo puede aplicarse AI también en la evaluación analítica de los candidatos. Con la AI los departamentos de RR.HH. tienen una herramienta para el análisis preciso de los empleados, desde la presentación de la solicitud hasta las revisiones de desempeño continuas.

2. Chatbots

La implementación de bots (software de Inteligencia Artificial que realiza tareas por su cuenta sin la ayuda del ser humano) y chatbots (robot capaz de simular una conversación con una persona) está siendo exponencial en 2020. Los chatbots se convertirán en la cara de la IA y los bots transformarán la forma en que se crean las aplicaciones. Gran parte de las consultas repetitivas de clientes se están ya realizando con chatbots, principalmente en la web y manuales técnicos.

Los chatbots se están desplegando en todos los sectores y especialmente en la atención al cliente interno para proporcionar respuestas a las consultas de los empleados.

Los sistemas inteligentes comenzarán a desempeñar un papel en la gestión del talento. En este caso, chatbots activados por voz podrán responder a las preguntas de los empleados y reducirán la necesidad de que los departamentos de Recursos Humanos respondan repetitivamente a las mismas consultas.

3. Comunicación Inteligente

La digitalización de los procesos de una organización permite a las empresas optimizar su rendimiento, tomar decisiones estratégicas y mejorar su comunicación, así como la experiencia de clientes y empleados.

La aplicación de la IA ya es una realidad en las plataformas digitales que permiten personalizar la presentación de contenidos o productos totalmente individualizado a clientes, recibir respuestas o información en tiempo real, lo que impacta directamente en la

mejora de experiencia del cliente. Además, la retroalimentación en tiempo real brinda una gran oportunidad para que los responsables de marketing tengan información y conversaciones significativas de sus clientes que mejore los resultados de campañas, así como la innovación de productos, servicios y modelos de negocio.

Así mismo, la AI también se aplica en las plataformas internas o Digital Workplace para sustituir a las obsoletas intranets. Plataformas inteligentes para comunicar, colaborar, compartir y acceder al conocimiento, que aprenden automáticamente y facilitan el trabajo, conectan a las personas y potencian la innovación. Un acceso al conocimiento interno y captura de la inteligencia colectiva de las organización clave y exponencial.

4. Gemelos digitales

Un gemelo digital, o digital twin, es una réplica virtual realizada a imagen y semejanza de un producto, entorno o sistema —el motor de un avión, un procesador, la fachada de un edificio, ...— al que se le incorporan datos en tiempo real que pueden ser captados a través de sensores o de tecnologías relacionadas con el big data. Una vez recolectada dicha información, esta es procesada con Inteligencia Artificial para crear una representación viva que siente, piensa y actúa.

Una de las principales ventajas es que permite a las empresas detectar problemas con antelación y resolverlos más rápidamente. Pueden avisar de cualquier futura avería, incidencia o anomalía en su funcionamiento interactuando directamente con los humanos. Incluso pueden trabajar de forma autónoma al ser capaces de analizar una situación, proponer soluciones optimizadas y ponerlas en marcha.

Cuando una empresa construye una réplica digital de sus productos, de los entornos en los que opera y de los sistemas que los producen, puede predecir virtualmente todo lo que sucederá en el mundo físico. Gartner predice que en 2021 la mitad de las grandes empresas industriales utilizará gemelos digitales, lo que se traducirá en una mejora del 10% en su eficiencia. La implantación de un gemelo digital no es un proceso que se pueda completar de la noche a la mañana. De hecho, implica la completa transformación de la empresa.

5. ¿Cómo empezamos a aplicar la AI?

Según el 3º Estudio sobre el Índice de Madurez Digital en las empresas en España -elaborado por Íncipy, Digital Disruption Partner- el 60% de las empresas ya están utilizando AI en la aplicación de algoritmos en las áreas de marketing y ventas. Pero ¿cómo desplegamos una estrategia completa de AI en mi empresa?

Entendemos que para aprovechar las ventajas de la AI en la empresa debe ser parte del proceso holístico de transformación digital. Debemos tener la seguridad de que disponemos de una estrategia adecuada, una cultura ágil e innovadora y de un foco claro hacia el cliente en el centro con la seguridad de que tenemos al talento adecuado capaz de innovar con la AI, así como de desplegar nuevos modelos exponenciales y disruptivos de negocio.

Debemos empezar evaluando el grado de madurez digital de mi empresa, implementando una hoja de ruta y formando en AI de manera permanente.

Espero haber aportado un granito de arena al gran reto que afrontamos en la próxima década, la década de la AI, de la inteligencia conectada.

8.2 7 Tendencias disruptivas 2020 en la experiencia de clientes y empleados

http://www.mujeresconsejeras.com/7-tendencias-disruptivas-en-la-experiencia-cliente-y-empleado-2020/

JOANA SÁNCHEZ. - En este artículo me gustaría aportar un granito de arena en el gran debate de cómo las tecnologías exponenciales van a impactar en el inicio de la próxima década para poder inspirar, acompañar e impulsar a los líderes y profesionales digitales que desarrollan las organizaciones del s XXI en un mundo en profunda transformación social, científica, política, económica, ética, ...

Inteligencia Artificial, Realidad Inmersiva (AR/VR), IOT, Blockchain, Machine Learning(1), Data, Metodología Agile, Design Thinking, Growth Hacking, ... Nuevas tecnologías y metodologías innovadoras que las empresas están ya incorporando en el diseño de la experiencia de cliente y de empleado. Nuevos modelos disruptivos, tanto de negocio como culturales y de liderazgo son la base de su transformación, de su transformación digital.

La experiencia del cliente y del empleado es el núcleo que está marcando la diferencia en los actuales escenarios impactados por lo digital y las tecnologías exponenciales.

7 de las tendencias disruptivas en 2020 en el ámbito de la experiencia de cliente y empleado:

1. Experiencia de empleado conectada a la de cliente.

Esta experiencia servirá como palanca de éxito en los planes estratégicos del 2020 de las empresas líderes del s XXI. Compañías como Mapfre o Schneider Electric ya están correlacionando la

(1) El 'machine learning' o aprendizaje automatizado en el análisis de datos en todos los ámbitos de las organizaciones, como en marketing, comunicación, ventas y -en especial- en RR.HH., tanto en los procesos de selección como en la personalización de contenidos en intranets.

medición del NPS, indicador de recomendación de clientes con el eNPS o indicador de recomendación de empleados.

En 2020 vamos a observar una aceleración de la transformación digital de las empresas que quieran ser líderes. Un buen ejemplo ha sido el exitoso viaje de transformación digital de BBVA.

2. Modelo de negocio de plataforma.

La aceleración en el lanzamiento de modelos de negocio digitales centrados en el conocimiento del cliente rompen el concepto 'sector' y aportan el concepto 'disrupción'. Va a existir un gran avance en las compañías que innovan de manera permanente ante cualquier tecnología aportando valor a su cliente de manera exponencial.

Como ejemplo, Ibercaja Agrotech, en el que aportan una plataforma de conexión para que los agricultores españoles puedan mejorar y crecer sus cultivos gracias a la llamada agricultura inteligente.

3. Data.

En 2020 sin datos no podremos competir. Interpretar los datos generados en todas las plataformas digitales para convertirlos en insights o conocimientos y decisiones a partir de modelos predictivos con miles de variables será uno de los mayores focos de la nueva década. Gracias a ellos se podrá mejorar la experiencia de clientes y de empleados, o se identificarán aspectos clave para el negocio como, por ejemplo, conocer la predisposición de un cliente a probar nuevos productos o servicios, o la de un empleado a dejar la compañía sigue siendo la clave de los modelos de negocio de éxito del s XXI.

Un ejemplo es InTouch de Caixa, un modelo de asistencia al cliente a distancia que utiliza la modelización predictiva y algoritmos sofisticados para identificar y seleccionar a los clientes que mejor encajan con este servicio. El principal valor añadido de inTouch es que combina la atención digital con un gestor personal financiero, que ofrece asesoramiento personal a través de cualquier canal. Entre los clientes inTouch, estas tecnologías han permitido multiplicar hasta por 10 las ventas.

4. IOT.

Despliegue de dispositivos conectados a internet que permiten mejorar tanto la experiencia del cliente, como la de los visitantes de Eurodisney con Magic Band. En el ámbito de empleados, Deloitte Canadá: con un proyecto de mejora de experiencia de talento basado en el uso de insignias sociométricas (capaces de medir la ubicación, la voz y el movimiento) para evaluar qué aspectos del trabajo son positivos y negativos. Los dispositivos pueden escuchar tonos de voz y deducir cuándo las personas están bajo estrés.

5. Realidad Immersiva.

La Realidad Aumentada está totalmente integrada en muchos sectores, como en la automoción.

La Realidad Virtual se va a utilizar claramente en la mayor parte del employee journey map: reclutamiento y selección, onboarding, entreno de managers en feed-back de desarrollo o en formación interna como ya lo están haciendo muchas compañías como la consultora EY en España está utilizando RV con asistentes virtuales(2) en la formación interna.

6. Inteligencia Artificial.

Las posibilidades de aplicación de la primera oleada de AI se van a producir en prácticamente todos los sectores, en infraestructuras como IoT, móviles, la nube o big data, con aplicaciones como la automatización del conocimiento, la robótica, los sistemas cognitivos, etc.

Pero su mayor impacto en 2020, a parte de la robotización y automatización de procesos, será en:

7. El blockchain.

Uno de los principales problemas al que se enfrentan las organizaciones es la necesidad de intercambiar información con múltiples actores –proveedores, clientes, partners, …- de forma

(2) Los asistentes virtuales o bots principalmente en las áreas de atención al cliente y de atención a candidatos en RR.HH.

confiable y eficiente. El blockchain permite resolver esta necesidad; es una tecnología que permite la transferencia de datos digitales entre diferentes actores de una manera completamente segura.

Grandes desafíos nos esperan en 2020 con las tecnologías basadas en el blockchain, que afectará tanto en sectores concretos que necesitan trazabilidad -como las ONGs- como en muchos ámbitos clave de cualquier compañía, como los medios de pago, el comercio online, el marketing digital, la comunicación digital, la logística, ... Pero también en RR.HH., como en contratos laborales o las titulaciones de nuestros empleados como ya lo está haciendo Inesdi Digital Business School en la titulación de sus alumnos.

Y, en general, desafíos impactantes 2020 por la velocidad e impacto de todas las innovaciones disruptivas.

Probablemente como líderes y profesionales empresariales, sociales o políticos no sabemos cuando, en cuánto ni cómo nos afectarán éstas y las próximas innovaciones disruptivas que están por llegar pero sí sabemos que podemos quedar fuera de juego si no las conocemos.

Las empresas tradicionales dejarán de existir tal y como las conocemos en los próximos diez años.

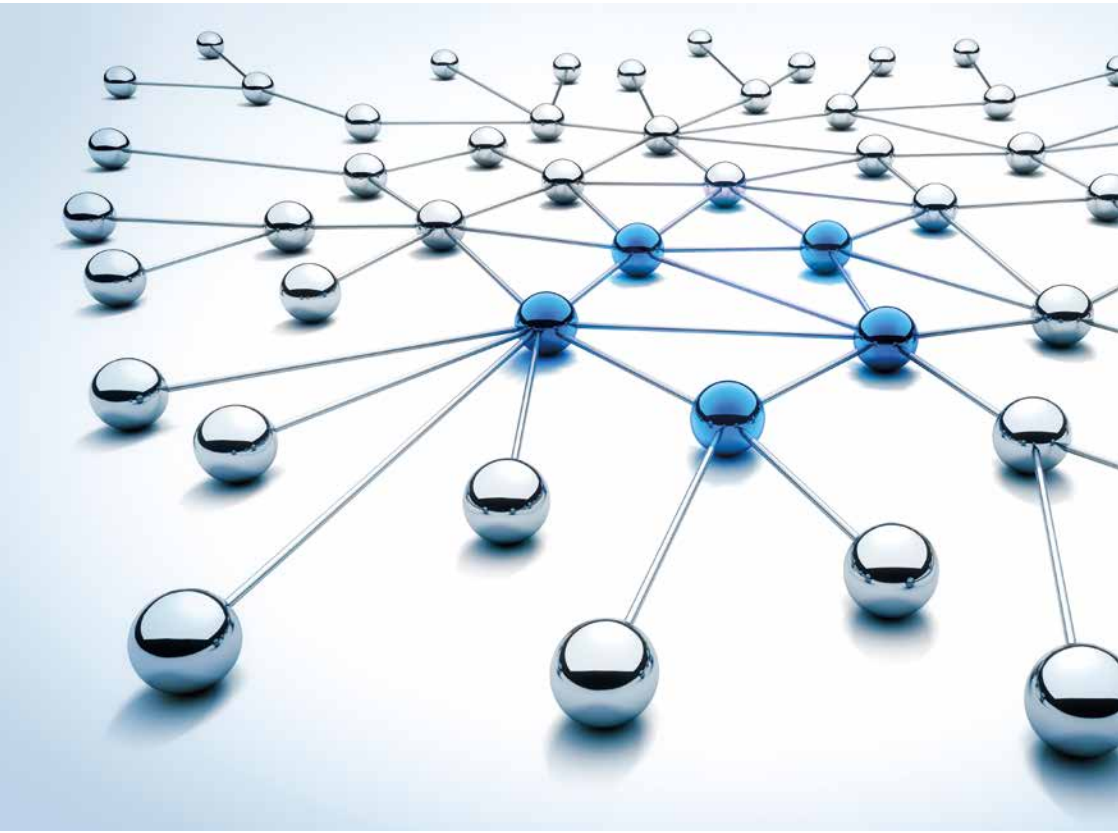
9 Formación

Relación de posiciones digitales comprendidas en el informe y estudios afines.

	POSICIÓN	ESTUDIOS
1	CDO	➔ Executive Program en Transformación Digital de la Empresa ➔ Executive Program en Innovación Digital de los Recursos Humanos
2	CTO	➔ Executive Program en Transformación Digital de la Empresa ➔ Executive Program en Big Data para Directivos
3	Digital Marketing Manager	➔ Master en Marketing Digital & AI ➔ Master en Marketing Digital & Trafficker Digital ➔ Master en Marketing Digital & Analítica Digital ➔ Master en Marketing Digital & CRM ➔ Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
4	Inbound Marketing Specialist	➔ Master en Marketing Digital & Social Media ➔ Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
5	SEM & SEO Specialist	➔ Master en Marketing Digital y SEO & SEM ➔ Posgrado en SEO & SEM
6	SEO Specialist	➔ Master en Marketing Digital y SEO & SEM ➔ Posgrado en SEO & SEM
7	Trafficker Digital	➔ Master en Marketing Digital & Trafficker Digital ➔ Posgrado en Trafficker Digital, Social & Google Ads
8	Growth Hacker	➔ Master en Growth Hacking & IA Marketing ➔ Master en Growth Hacking & Tecnocreatividad ➔ Master en Growth Hacking & Analítica Digital ➔ Posgrado en Growth Hacking

	POSICIÓN	ESTUDIOS
9	CRO Specialist	→ Posgrado en Analítica Digital → Posgrado en Growth Hacking
10	Digital Communication & Brand Manager	→ Master en Comunicación Digital y Analítica Digital → Posgrado en Comunicación Digital & Gestión de Crisis
11	SEO Content Manager	→ Master en Comunicación Digital y SEO & SEM
12	Social Media Manager	→ Master en Social Media & Analítica Digital → Master en Social Media & Trafficker Digital → Posgrado en Comunicación Digital & Social Media → Posgrado en Comunicación Digital & Gestión de Crisis
13	Community Manager	→ Posgrado en Comunicación Digital & Social Media → Posgrado en Comunicación Digital & Gestión de Crisis
14	Digital Analyst	→ Posgrado en Analítica Digital → Master en Analítica Digital & Customer Intelligence
15	Big Data & AI Analyst	→ Posgrado en Analítica Digital → Posgrado en Customer Intelligence & Data Analytics → Master en Customer Intelligence & AI Marketing
16	Customer Intelligence & CRM Analyst	→ Posgrado en Customer Intelligence & Data Analytics → Master en Customer Intelligence & AI Marketing → Master en Customer Intelligence & CRM
17	Tecnocreativo & Digital Designer	→ Master en Diseño Digital → Posgrado en Tecnocreatividad e Innovación
18	UI / UX Designer	→ Master en UI / UX → Posgrado en Tecnocreatividad e Innovación
19	Customer Experience Manager	→ Master en Marketing Digital & Customer Experience → Master en Customer Experience & CRM → Posgrado en Customer Experience
20	Digital Business Manager	→ Executive Program en Transformación Digital de la Empresa → Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
21	E-commerce Manager	→ Master en Marketing Digital & E-commerce → Posgrado en Marketing Digital & E-commerce

	POSICIÓN	ESTUDIOS
22	Digital Account Manager	➔ Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
23	Digital HR Manager	➔ Executive Program en Innovación Digital de los Recursos Humanos
24	AI Bots Manager	➔ Posgrado en AI / Bots
25	Product Owner & Scrum Master	➔ Posgrado en Scrum Product Owner



Estudio realizado por:

inesdi
Digital Business School

Dirección

Joana Sánchez

Marta Fernández

Dirección técnica

Javier Sancho

Colaboraciones

Ana Sánchez-Blanco

Carmen María Martínez

Eduardo Cerezo

Mireia Ranera

Sylvia Taudien

Laura Montero

David Lastra

Roger Pastor

Ignacio Giráldez

Santiago San Antonio

Estudio disponible para descarga en www.inesdi.com

inesdi
Digital Business School
Con la colaboración de:
INCIPY
DIGITAL DISRUPTION PARTNER
indigital
Advantage
Wolters Kluwer
Estudio disponible
para descarga en www.inesdi.com