



Capgemini y LinkedIn lanzan un informe sobre la brecha digital de talento: los empleados están invirtiendo sus propios recursos para mantener su competitividad

- *Los trabajadores están dispuestos a cambiar de empresa si sus competencias digitales se estancan. En el caso de España, la cifra alcanza un 63%*

Madrid, 31 de octubre de 2017 – Capgemini, junto con LinkedIn, la mayor red profesional del mundo, ha realizado un informe que analiza la demanda y la oferta de talento con competencias digitales específicas, a través de los datos recogidos entre 1.200 empleados y directivos de diversos sectores empresariales y países, incluyendo España. [The Digital Talent Gap – Are companies doing enough?](#) revela cuáles son las cuestiones que preocupan a los empleados cuando valoran sus propias competencias en materia digital¹, así como la escasez de recursos formativos disponibles en su lugar de trabajo. Entre las conclusiones destaca el hecho de que cerca del 50% de los empleados (casi el 60% en el caso de los empleados clasificados como «talentos digitales»²) invierte por su cuenta, con su propio dinero y en su tiempo libre, en el desarrollo de sus capacidades digitales.

Crece la brecha en talento digital

Cada dos empresas consultadas reconoce que la brecha digital —diferencia entre oferta y demanda de profesionales con competencias digitales— está creciendo. Más aún, más de la mitad (54%) coincide en que este *gap* frena sus programas de transformación digital (en España lo considera así un 48% de las empresas). De igual forma, el 54% de las empresas opina que su organización ha perdido ventaja competitiva por la brecha, porcentaje que en España sube hasta el 59% y sitúa a nuestro en el segundo país de los nueve estudiados en el que esta visión es más compartida, precedido de Estados Unidos.

¹ A propósito de este informe, LinkedIn ha definido 'digital' de forma amplia para incluir una larga lista de habilidades digitales "hard" y "soft" y títulos digitales que, según LinkedIn y Capgemini, representan [casi] todas las actividades relacionadas con la innovación tecnológica.

² Un empleado con talento digital es aquel que domina al menos una de las 24 competencias digitales técnicas y cuatro de las ocho competencias actitudinales que se han identificado a efectos del estudio y cuyos autores —Capgemini y LinkedIn— consideran que representan la práctica totalidad de las actividades relacionadas con la innovación tecnológica.



No obstante, pese al aumento de la brecha digital, los presupuestos para formación en capacidades digitales se mantienen o se reducen en más de la mitad (52%) de las organizaciones (el 48% en España); y un 50% reconoce que no dejan de hablar de la carencia de las competencias digitales, pero que no hacen mucho para reducirla.

La preocupación por la obsolescencia puede conducir a que el empleado salga de la empresa

A muchos de los empleados les preocupa que sus competencias ya estén desactualizadas o que pronto lo vayan a estar. El 29% de los empleados a nivel mundial cree que el conjunto de sus competencias ya está obsoleto o que lo estará en uno o dos años; muy similar a la proporción en España que así lo considera (33%). Sin embargo, cuando el horizonte se amplía a cuatro y cinco años, las percepciones de los empleados son más pesimistas: el 38% considera que estará desactualizado en este plazo de tiempo, proporción que se dispara en el caso de España hasta el 47% de los empleados (nueve puntos más que la media mundial). Llama especialmente la atención la respuesta a esta última cuestión por parte de los empleados de las generaciones Y y Z³, que dista de las medias de forma significativa: el 47% de los empleados a nivel mundial y el 59% en España de estas generaciones cree que su preparación profesional estará obsoleta en cuatro o cinco años.

Desde una perspectiva sectorial el 48% de los empleados del sector automovilístico temen que estarán desactualizados en ese tiempo. Detrás se sitúan el sector bancario (44%), el de *utilities* (42%) y los de telecomunicaciones y seguros (en ambos, el 39% de los empleados).

Los empleados también consideran que los programas de formación de las empresas no son demasiado eficaces. Más de la mitad de los que ya tienen talento digital considera poco útiles los programas de formación o que no se les da tiempo suficiente para aprovecharlos. Cerca de la mitad (45%) describe los programas de formación de su organización como «inútiles y aburridos». La opinión de los empleados en España está en línea con la media mundial en los tres criterios, si bien sorprende la actitud de los empleados de Reino Unido y EE. UU, muy por encima. En estos países, un 71% y un 63%, respectivamente, opina que la formación ofrecida por su empresa no le ayuda a mejorar sus habilidades digitales; un 64% (en ambos) que su empresa no le da tiempo para formarse; y un 57% y 58% que los programas de aprendizaje son aburridos.

Los temores por obsolescencia de las competencias junto con la desconfianza en los esfuerzos que realizan las empresas para formar a sus empleados, podrían provocar que estos opten por abandonar su puesto de trabajo. De hecho, más de la mitad (55%) de los que ya tienen talento

³ Las generaciones Y y Z corresponden a los grupos de edades entre 18 y 36 años.



digital afirma que están dispuestos a cambiar de empresa si siente que sus competencias digitales se estancan y cerca de la mitad (47%) se plantearía cambiar a otra empresa que ofrezca mejores perspectivas de desarrollo de sus competencias digitales. Los empleados españoles son de los más dispuestos a cambiar de empresa en ambos casos: un 63% lo haría si se siente estancado, sólo por detrás de Reino Unido (70%) y EE. UU. (66%), mientras que un 55% optaría por cambiar a una compañía con una mejor propuesta formativa, sólo por detrás de La India (70%).

Por su parte, las empresas señalan que les inquieta la pérdida de personal de alta cualificación. Alrededor de la mitad (51%) creen que sus empleados saldrían de la organización después de haber recibido formación y la mitad (50%), que sus programas de formación en materia digital no son satisfactorios; una opinión compartida en la misma proporción por las empresas consultadas en España.

En palabras de Claudia Crummenerl, Head of Executive Leadership and Change de Capgemini: *"Las organizaciones se enfrentan a una tremenda tarea en términos de adecuación de competencias digitales. Teniendo en cuenta que, según revela la encuesta, estar desactualizado es una de las principales preocupaciones de los empleados, es fundamental establecer una dirección clara de desarrollo que genere tranquilidad. En el tiempo venidero va a seguir acusándose la brecha digital y ninguna empresa puede relajarse. Las organizaciones deben innovar continuamente y, al mismo tiempo, planificar el desarrollo de su capital humano."*

Mayor escasez de competencias actitudinales que técnicas

El estudio pone de relieve que las personas bien posicionadas en habilidades técnicas (*hard skills*, como se conocen en la jerga del sector de los recursos humanos), como las relacionadas con analítica avanzada, automatización, inteligencia artificial o ciberseguridad, están muy solicitadas; pero, también, que las competencias que más demandan las empresas son las denominadas actitudinales⁴ (*soft skills*), que son las que marcan, por ejemplo, la centralidad del cliente y la pasión por aprender, que están cobrando cada vez mayor importancia en el conjunto de habilidades digitales de un profesional. La escasez de soft skill se acusa, por ejemplo, en la capacidad de colaboración y de gestionar la ambigüedad.

El informe arroja otros resultados:

- El 51% de las empresas reconoce la falta de competencias técnicas en su organización —un 48% en España— y el 59% acusa la falta de competencias actitudinales. En este

⁴ Habilidades relacionadas con las actitudes del empleado en su día a día en la empresa. Ej. inteligencia emocional; capacidad de comunicación; capacidad de trabajar en equipo, adaptarse a los cambios, gestionar el tiempo o resolver conflictos, entre otras.



último criterio sobresale España, país donde la percepción sobre la carencia de este tipo de habilidades en algo menor a la media (50%).

- Tanto en España como globalmente, siete de cada diez empleados con talento digital (72%) prefiere unirse a organizaciones que tengan una cultura de emprendimiento, al *estilo start-up*, que promueva agilidad y flexibilidad.
- El talento digital no puede prosperar en un entorno en el que no haya libertad para experimentar y cometer errores. La capacidad de innovación también se resentirá si no existe una cultura de experimentación.

Los perfiles digitales imprescindibles

De acuerdo con el análisis la información de LinkedIn utilizada para el informe, los perfiles más demandados el año pasado, de media, fueron el científico de datos y el *full stack developer*⁵. Igualmente, el estudio identifica los diez perfiles digitales que serán más buscados en los próximos dos o tres años, listados aquí por orden de importancia:

- Asesor de seguridad de la información/privacidad (*Information Security/Privacy Consultant*)
- Director digital/director de información digital (*Chief Digital Officer/Chief Digital Information Officer*)
- Arquitecto de datos (Data Architect)
- Director de proyectos digitales (Digital Project Manager)
- Ingeniero de datos (Data Engineer)
- Director del área de Clientes (Chief Customer Officer)
- Gestor de web personal (Personal Web Manager)
- Director de IoT (Chief Internet of Things Officer)
- Científico de datos (Data Scientist)
- Director de analítica (Chief Analytics Officer, CAO /Chief Data Officer, CDO)

Tuck Rickards, director de Russell Reynolds, firma de búsqueda de talentos, advierte: *“Las empresas deben tener claro que el talento digital es en realidad grupo reducido de personas que tienen sobre la mesa buenas ofertas que compiten por su atención. Es probable que las empresas no puedan atraer a estas personas de la misma manera que a la base genérica de empleados; deberán actuar de forma inteligente para conseguirlo.”*

Metodología del estudio

Capgemini y LinkedIn han trabajado juntos en el análisis de la demanda y la oferta de perfiles y competencias digitales a nivel mundial y dentro de una serie de países y sectores concretos. Por un lado, Capgemini condujo una encuesta entre 753 empleados y 501 directivos (niveles alto y medio) de empresas con una facturación superior a 500 millones de dólares en 2016 y

⁵ Full-stack developer: programador con un perfil técnico muy completo, familiarizado con todas las facetas del *front-end* y del *back-end* y los diferentes sistemas operativos y componentes vinculados.



más de 1.000 empleados. La encuesta se realizó entre junio y julio de 2017 en nueve países (España, Francia, Alemania, India, Italia, Países Bajos, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos) y siete sectores (automoción, banca, productos de consumo, seguros, retail, telecomunicaciones y *utilities*).

Basado en datos de LinkedIn, Capgemini analizó la oferta y la demanda de determinadas habilidades digitales y funciones digitales a nivel mundial y dentro de esos nueve países y siete sectores. LinkedIn mide la demanda como el número de veces que un miembro de la red con unas competencias digitales o un puesto particulares es contactado por reclutadores. LinkedIn elaboró un "Índice de demanda" para identificar al «talento digital» más demandado. Este índice indica el número medio de InMails (es decir, mensajes de contactos de un reclutador a través de la red de LinkedIn) enviados en los últimos 12 meses (demanda) a individuos con específicas competencias o perfiles digitales (oferta).

Para más información:

Puede descargarse una copia del informe *The Digital Talent Gap—Are Companies Doing Enough?*, [aquí](#).

Acerca de Capgemini

Un líder global en servicios de consultoría, servicios de tecnología y transformación digital, Capgemini está a la vanguardia de la innovación para abordar la diversidad de oportunidades que tienen sus empresas clientes en el dinámico entorno de las plataformas, la nube y lo digital. Respaldada por una sólida trayectoria de 50 años y una dilatada experiencia multisectorial, Capgemini ayuda a las compañías a alcanzar sus objetivos de negocio mediante una amplia gama de servicios que cubre desde la estrategia, hasta las operaciones. Capgemini actúa bajo la firme convicción de que el valor de negocio de la tecnología se genera y desarrolla a través de las personas. Capgemini es una compañía multicultural de 200.000 profesionales, presente en más de 40 países y, en 2016, registró unos ingresos mundiales de 12.500 millones de euros.

Más información en <https://www.capgemini.com/es-es/> *People matter, results count.*