



MESAS DE DIÁLOGO CON EMPRESAS TECNOLOGICAS Y DIGITALES

2021

INFORME DE CONCLUSIONES

ÁREA DE EMPLEO DE CRUZ ROJA

INFORME DE CONCLUSIONES

ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

1. Notas metodológicas

2. Temáticas abordadas

- ⊕ Bloque 1. Contexto y cambios productivos
- ⊕ Bloque 2. Competencias, Necesidades emergentes y ocupaciones
- ⊕ Bloque 3. Respuestas formativas
- ⊕ Bloque 4. Prospección, intermediación y orientación

3. Conclusiones finales

ANEXO 1. Listado de empresas participantes

1. Notas metodológicas

El informe que presentamos a continuación tiene como objetivo exponer las conclusiones extraídas de las diez mesas de diálogo realizadas con empresas tecnológicas, empresas digitales, consultoras tecnológicas y empresas en proceso de transformación digital que se han celebrado dentro del proyecto **#EmpleandoDigital+** en diferentes provincias de nuestro país.

Dichas mesas de diálogo se desarrollaron en las fechas y lugares que se citan a continuación:

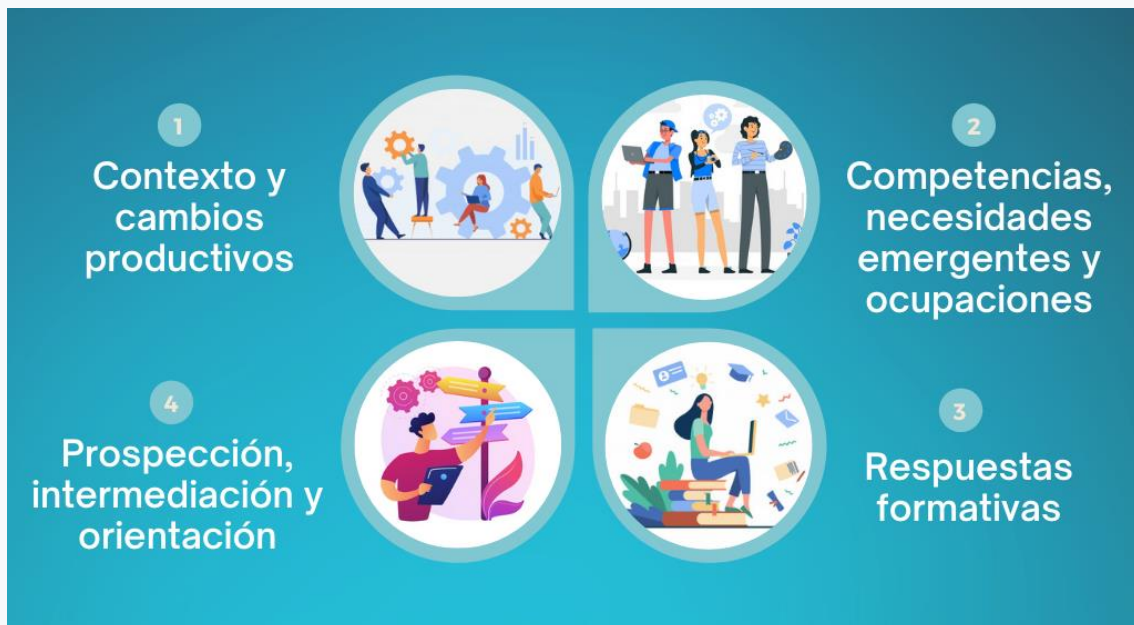
- 17 de febrero de 2021. **Cruz Roja Salamanca.**
- 09 de marzo de 2021. **Cruz Roja A Coruña.**
- 10 de marzo de 2021. **Cruz Roja Barcelona.**
- 15 de marzo de 2021. **Cruz Roja Madrid.**
- 16 de marzo de 2021. **Cruz Roja Cuenca.**
- 17 de marzo de 2021. **Cruz Roja Badajoz.**
- 24 de marzo de 2021. **Cruz Roja Asturias.**
- 29 de marzo de 2021. **Cruz Roja Oficina Central – Mesa Interterritorial.**
- 12 de abril de 2021. **Cruz Roja Oficina Central – Mesa Interterritorial.**
- 13 de abril de 2021. **Cruz Roja Toledo.**

Un total de 58 empresas¹ aportaron sus puntos de vistas y sus experiencias en torno a las temáticas abordadas en las mesas y que tenían como objetivo realizar una visión global del mercado laboral actual dentro de los sectores tecnológico y digital y cómo dicha situación impacta en el empleo de colectivos demandantes de oportunidades profesionales.

¹ *En el Anexo I se recogen de manera detallada las empresas y profesionales que participaron en este proyecto a través de las diferentes mesas de diálogo y que han permitido que este informe sea una realidad gracias a la calidad de sus aportaciones y al compromiso con Cruz Roja Española.

2. Temáticas abordadas

Las mesas de diálogo se desarrollaron teniendo como eje central cuatro bloques de contenidos con el objetivo de poder tener una visión completa y actualizada de las características que definen el sector tecnológico y digital.



Cada uno de estos bloques de contenidos se abordó partiendo de una pregunta abierta. En este documento se recogen las principales aportaciones realizadas por las empresas participantes.

Bloque 1. Contexto y cambios productivos

- ⊕ ¿Cuál es el contexto actual y qué cambios productivos se están produciendo en el mercado de trabajo?

Bloque 2. Competencias, necesidades emergentes y ocupaciones

- ⊕ ¿Qué profesiones o puestos de trabajo emergentes o en reinvención están surgiendo o van a surgir, donde las personas participantes en las iniciativas de inserción laboral de Cruz Roja pueden tener cabida, y qué competencias se están demandando?

Bloque 3. Programas formativos

- ⊕ ¿Qué características deben tener los programas formativos en aspectos como la tipología, duración o contenidos para hacer frente a las necesidades del mercado de trabajo?

Bloque 4. Prospección, intermediación y orientación

- ⊕ ¿Cómo debe ser el acercamiento del colectivo encargado de la prospección, intermediación y orientación con las empresas de este sector?

Bloque 1. Contexto y cambios productivos

Este primer bloque estuvo orientado a identificar aquellos elementos que caracterizan el contexto de las empresas participantes y los principales cambios productivos que se están produciendo en el sector tecnológico y digital y cómo están impactando en el actual mercado de trabajo.

De este modo se identifican:



1. Rápido desarrollo del sector tecnológico y digital en España

Todas las empresas coinciden en el rápido desarrollo del sector tecnológico y digital y en la alta demanda de profesionales con conocimientos y competencias específicas que esta situación está provocando en el mercado de trabajo y que se prevé que siga siendo así en los próximos años.

Estamos en un entorno altamente cambiante y el mercado de trabajo requiere profesionales y empresas con una alta capacidad de adaptación. El entorno se ha vuelto líquido y para seguir aportando valor es necesario entender este punto.

Las empresas participantes en las mesas de diálogo coinciden en que los medios tecnológicos y digitales han transformado su actividad y esto requiere de adaptación por parte de todas las personas profesionales que trabajan en ellas.

En muchos casos son empresas cuya actividad, sin ser necesariamente del sector tecnológico o digital, ha sido modificada por los avances acaecidos en los últimos años y por tanto han tenido que actualizar sus protocolos, procesos y procedimientos.

La digitalización ha llegado para quedarse. El impulso a la transformación digital mediante la colaboración público-privada es una de las palancas fundamentales para implementar políticas estatales y europeas, aprovechando todas las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías.

2. Transformación digital y automatización de procesos

La transformación digital y la automatización de procesos se imponen como elementos cruciales para poder seguir siendo competitivos en un mercado cada vez más globalizado donde la interacción de persona a persona tiende a disminuir siendo sustituidas por interacciones “persona-máquina” (asistentes virtuales, *chatbot*, inteligencia artificial). Por tanto, la digitalización y la automatización se han convertido en una necesidad crítica que es preciso abordar y que la situación sanitaria vivida en los últimos meses ha acelerado.

Todas las empresas coinciden en que la digitalización y las nuevas tecnologías están modificando de manera sustancial la manera en la que se trabaja en las empresas, necesitando esto de unas actualizaciones en los profesionales para poder adaptarse a esta nueva realidad.

Desde el punto de vista del empleo implica que muchos perfiles profesionales se van a tener que reconvertir para poder optar con mayores garantías de éxito a un puesto de trabajo acorde a las características actuales del mercado.

Es importante incidir en que, pese a que existe una mecanización inicial de los procedimientos, procesos y protocolos de trabajo, para la resolución de problemas y prestación de servicios se requerirá a personas con competencias muy concretas (comunicación oral y escrita, escucha activa, empatía, asertividad, proactividad) o lo que es lo mismo, a **“personas que hagan de personas”** en un mundo digitalizado y automatizado.

Por tanto, para que este proceso concluya con éxito, es preciso que la transformación digital se produzca no solo en las empresas, sino que también debe ser afrontada por los y las profesionales

a **nivel personal** en todo aquello relacionado con actitudes, habilidades o conocimientos. Es lo que se denomina desarrollo del **mindset digital**².

Se pone de manifiesto que las empresas tradicionales tienen que recibir formación y entender de una forma muy clara que si quieren avanzar tienen que innovar y adaptarse al mercado. Las formas de comunicarse de las nuevas generaciones no tienen nada que ver con lo que conocemos hasta ahora, por tanto, ese proceso de adaptación tiene que ser bidireccional.

3. Deslocalización laboral y equipos distribuidos: Trabajo en remoto y teletrabajo

La mayor parte de las empresas participantes en las mesas de diálogo coinciden en que se ha producido un cambio en las modalidades de trabajo que ha permitido que una gran parte de los profesionales que componen sus equipos puedan prestar sus servicios desde lugares distintos a las oficinas de la empresa. Es decir, se ha producido una deslocalización laboral³ en la forma en la que se prestan los servicios a la empresa, entendiendo ésta como la que se refiere al trabajo a distancia, es decir, que se realiza fuera de los establecimientos y centros habituales de la empresa, siendo el teletrabajo una subespecie que implica la prestación de dichos servicios a través de las nuevas tecnologías.

Si bien es cierto que el sector tecnológico ya venía trabajando con este formato desde hace años, la situación de crisis sanitaria ha provocado que muchas de las empresas hayan optado por este modelo que, entre otras cosas, les permite disponer de profesionales y talento independientemente de su situación geográfica ya que las personas trabajadoras pueden desarrollar sus funciones y tareas desde casa o cualquier otra ubicación distinta a las instalaciones de la empresa.

Esto requiere adaptación absoluta por parte de los profesionales que trabajan actualmente en ese tipo de empresas o sectores y sobre todo requiere de un cambio de paradigma y enfoque por parte de profesionales que van a desempeñar su trabajo en el futuro próximo. Su adaptación al trabajo en remoto y teletrabajo se convierte en una pieza clave.

De cara a las empresas, este trabajo en equipos distribuidos impone una manera diferente de gestionar a los equipos de trabajo. Para cubrir las carencias que pueden surgir a nivel de contacto,

² *Mindset Digital: tener una mentalidad digital para poder hacer cambios en nuestras vidas y en las organizaciones, reinventarse, aprovechando el potencial de las tecnologías y las nuevas metodologías surgidas de la digitalización. La clave está en alinear personas, procesos y tecnologías para conseguir la verdadera transformación digital.*

³ *No confundir con la deslocalización industrial, movimiento que realizan algunas empresas trasladando sus centros de trabajo en países desarrollados a países con menores costes para la empresa, generalmente a países en vías de desarrollo.*

comunicación y relación profesional, se está potenciado el papel de las ocupaciones vinculadas a la comunicación interna para que puedan realizar un mayor seguimiento que permita a los equipos sentir que, aunque trabajen lejos, se encuentran cerca gracias a las herramientas que la tecnología pone a su disposición.

4. Déficit de perfiles profesionales en el ámbito tecnológico y digital

Las empresas participantes en las mesas de diálogo coinciden en las dificultades para encontrar perfiles con conocimientos y competencias tecnológicas, lo cual genera un problema a la hora de incorporar a profesionales a las empresas.

Identifican, en base a su experiencia, que este problema es estructural, independientemente de la zona geográfica de España en la que nos encontremos.

La necesaria y acuciante actualización de los profesionales se plantea como uno de los grandes retos a los que se debe hacer frente en la actualidad. Y para ello, la colaboración entre entidades como Cruz Roja y las empresas tiene un papel fundamental.

En este sentido, las empresas coinciden en que existe un recorrido de mejora en la conexión entre el sector público, las entidades de empleo y el sector privado en lo que se refiere a la formación que se ofrece, y los puestos de trabajo que se necesitan.

La formación reglada actual no es garantía de empleo por falta de conexión con el mercado real y por la lenta adecuación de contenidos y metodologías a la rápida aceleración del cambio productivo y laboral en las organizaciones, y lo que está claro es que las empresas tecnológicas están apostando por una serie de *soft skills* o competencias personales-profesionales que puedan complementar a unos conocimientos técnicos que, en la mayoría de los casos, pueden ser enseñados por las propias empresas en colaboración con entidades como Cruz Roja.

Aun así, muchas empresas aún siguen solicitando una titulación superior para poder trabajar en sus compañías, generando una **dicotomía compleja** de entender y de trasladar al día a día.

Como líneas de trabajo a explorar se pone sobre la mesa la posibilidad de trabajar de manera intensiva en el desarrollo de programas formativos de carácter DUAL, que han demostrado tener un alto impacto a nivel de adquisición de conocimiento y competencias profesionales, así como una alta incorporación de las personas participantes en el mercado laboral.

Esta situación no es exclusiva de las grandes empresas, sino que las pequeñas y medianas (pymes) también tienen estas necesidades de personal en el ámbito tecnológico y digital,

independientemente del área geográfica en la que se encuentren, y esto requiere de la puesta en marcha de programas y acciones muy concretas y específicas en temáticas y áreas que en la formación tradicional no se están abordando.

La **gestión del talento** es el gran reto de los sectores relacionados con las TIC. Las políticas de captación y desarrollo profesional se han convertido en elementos críticos para las empresas TIC en un mercado globalizado y con una competencia muy alta con múltiples agentes implicados. Las empresas exponen problemas a la hora de reclutar personal, y esto está generando que desde los departamentos de recursos humanos se desarrollen estrategias de captación y desarrollo profesional, ante los problemas de fuga de talento entre empresas del sector tecnológico. En cuanto a necesidades de las empresas, se identifica un doble reto, en la **captación y la retención del talento de las personas**.

Este reto es aún más acusado cuando se habla de pequeñas provincias o entornos poco poblados. La falta de talento y personal cualificado aumenta en función del distanciamiento de los grandes núcleos urbanos. En este sentido, se plantea la importancia del **fomento del emprendimiento como oportunidad de desarrollo en zonas rurales**.

5. Atracción de talento femenino

En esta primera contextualización de la situación, las empresas coinciden en que es necesario **atraer a más mujeres al sector tecnológico y digital** ya que en estos momentos, y sobre todo en zonas interiores del país, este gap es muy alto aún. Incorporar a más mujeres a sus organizaciones para salvar la brecha digital de género, pudiendo trabajar así la diversidad de manera más completa, y **salvando sesgos** actuales que se dan **en productos y servicios tecnológicos** por falta de perspectiva.

Se pone de manifiesto cómo las herramientas y recursos para poder acceder a los entornos digitales aún son complejas en determinados ámbitos sociales y áreas geográficas y esto puede condicionar el acceso a determinadas profesiones del colectivo desempleado en general y de las mujeres en particular.

No hay que olvidar que se trata de un sector que ha estado tradicionalmente muy masculinizado lo que genera una barrera más de entrada a las mujeres. Para poder abordar este problema de talento tecnológico es importante ser flexible con las barreras de entrada que existen y que afectan de manera más acuciante a la mujer.

En relación con la atracción del talento femenino, las empresas destacan la importancia que, desde entidades sociales como Cruz Roja, detecten el talento digital en las participantes facilitando a las empresas que puedan incorporarlo a sus equipos, fomentando la igualdad y favoreciendo el aumento del número de mujeres los empleos digitales y tecnológicos.

6. Necesidad de colaboración estrecha entre empresas y entidades vinculadas al empleo

Las empresas participantes en las mesas de diálogo coinciden en la necesidad de seguir trabajando estrechamente con entidades como Cruz Roja Española y sus servicios de empleo. En este sentido, algunas de las líneas de colaboración podrían ser:

- Las entidades sociales y las empresas tenemos que buscar **sinergias** y apoyarnos para que las personas en situación de dificultad social vean la tecnología como una vía de desarrollo profesional con muchas oportunidades, que pierdan el miedo y superen sus propias barreras. Sería importante una labor conjunta en materia de **educación y concienciación vinculada al mercado digital y tecnológico**.
- Encontrar nichos de empleo donde las personas participantes de Cruz Roja puedan encajar con las necesidades de las empresas, y definir en base a ello los posibles programas de formación y desarrollo que se puedan poner en marcha para su adaptación. Se refuerza la metodología que ya realizamos, llevando a cabo **colaboraciones en materia de formación y empleo**, y hacerlo de manera estrecha y mano a mano con la entidad, además de seguir apoyando y acompañando con mentorizaciones y orientaciones a los colectivos con los que trabajamos.
- Ayudar en la reorientación de **perfiles sénior** para intentar evitar los problemas asociados a la convivencia de las diferentes generaciones profesionales y al edadismo imperante en muchas empresas de nuestro país. Trabajar la recualificación, comúnmente llamada en la actualidad *reskilling*, para que las personas de esa franja de edad encuentren nuevos lugares profesionales en el mercado actual, aprovechando con ello su experiencia y transfiriendo sus competencias a los nuevos puestos. Además, el **talento intergeneracional** es un factor determinante en la calidad de gestión de personas y competitividad de las organizaciones, que determina la mejora continua de los equipos.

Bloque 2. Competencias, necesidades emergentes y ocupaciones

Este segundo bloque de trabajo está orientado a identificar las necesidades emergentes en lo relativo a **perfiles profesionales** que mayor demanda tienen en la actualidad y que pueden ser compatibles con los perfiles de las personas que acompañamos en su camino al empleo, así como las **competencias** que deberían poseer para poder incorporarse con éxito al mercado laboral.

Es importante tener en cuenta un matiz con el que se va a trabajar a lo largo de todo este punto y que hace referencia a la catalogación de las ocupaciones. Las empresas participantes en las mesas de diálogo coinciden en que hay que dividir la demanda de profesionales en este sector en dos grandes grupos:

- Aquellas ocupaciones del sector tecnológico o digital propiamente dicho.
- Aquellas otras ocupaciones que no son del sector tecnológico, pero se encuentran influidas o modificadas por éste, o que son tangentes o tocadas por la tecnología sin pertenecer al sector propiamente dicho.

Se destaca el gap que existe entre las ofertas de empleo que surgen en este sector y los profesionales que actualmente están capacitados o preparados para cubrir dichas plazas.

Un ejemplo muy claro nos lo facilitaba una de las empresas invitadas:

- Para posiciones vinculadas, por ejemplo, a la ciberseguridad, por cada oferta de trabajo en este ámbito solo existen 2,27 personas que en la actualidad podrían cubrir dicha posición.
- En el ámbito del diseño y la usabilidad, por cada oferta de trabajo, existen 61 personas que podrían cubrir esa posición.

Lo anterior apunta a que cuanto más técnica es la posición por la que se está optando, más barreras de entrada existen. Si comparamos la **tensión entre oferta y demanda del sector tecnológico** con cualquier otro sector observamos que mientras en otros sectores hay una tensión de 1 oferta/36 personas que podrían ocupar esa posición, en el ámbito tecnológico ese número de personas **se reduce a la mitad**.

En definitiva, en el empleo puramente tecnológico, existe una alta demanda de profesionales que no se pueden cubrir y que merman la competitividad de las empresas.

Por otro lado, respecto al empleo más digital y las empresas en transformación digital, dicho proceso ya no es sinónimo de vanguardia, sino que obedece a una necesidad de adaptación a la transformación a la que estamos asistiendo.

Se necesitan profesionales que ayuden a empresas en la transformación digital. La estrategia de digitalización en las empresas ha de ser coherente con los recursos, es necesario ir, poco a poco, implantando pequeños procesos y herramientas. Y estos recursos dependerán de cada negocio. El futuro de las pequeñas empresas pasa por la digitalización y es fundamental que haya cambios de todas las partes de la cadena de valor.

La transformación digital implica revisar constantemente el negocio para analizar los cambios que demanda la clientela y el desarrollo de tecnologías que incrementen el valor del producto o servicio que se les ofrece.

Es altamente recomendable que las empresas y profesionales refuercen su capacidad analítica y la toma de decisiones, y que adquieran herramientas para un desarrollo más eficiente de sus funciones. Esto les permitirá racionalizar el uso de recursos, lo que resulta conveniente para la organización.

Conocimientos y competencias técnicas

Las empresas participantes en las mesas de diálogo coinciden en que además de las competencias técnicas específicas de cada ocupación, existe un conocimiento o competencia que se convierte en hilo conductor y común en todas ellas. Nos referiremos a los **idiomas**.

Los conocimientos o competencias idiomáticas se posicionan como el gran valor añadido que los profesionales de este sector deben aportar para poder incorporarse con éxito al mercado laboral.

En áreas donde existe atención a la clientela o usuarios/as (soporte, venta de productos, teleoperadores/as) poder hablar un segundo o tercer idioma se convierte en una fortaleza significativa que podrían aumentar significativamente las posibilidades de acceder a un puesto de trabajo.

Además, en muchas organizaciones de este sector, el inglés se posiciona como el idioma oficial de trabajo y de interacción entre profesionales por lo que su dominio es fundamental para desenvolverse adecuadamente, tanto a nivel oral como a nivel escrito, dentro de la empresa.

Soft skills: competencias personales profesionales, las más demandadas

Las soft skills se han convertido en uno de los elementos más importantes a la hora de encontrar oportunidades en el mercado laboral. Su desarrollo y perfeccionamiento dota a las personas usuarias de un valor añadido que les permite posicionarse en el mercado de trabajo. Las empresas buscan cada vez con más frecuencia a profesionales que además de conocimiento técnicos dispongan de un amplio perfil de competencias blandas o soft skills.

Las empresas coinciden en que es fundamental trabajar de una manera global y transversal estas competencias, porque están conectadas de alguna manera, para que sean extensibles y transferibles a cualquier puesto o departamento de la organización y poder adaptarse a los cambios.

En lo relativo a las competencias blandas o soft skills que los perfiles profesionales del sector tecnológico y digital deben poseer o desarrollar, se recogen a continuación las más demandadas y en las que la mayoría de las empresas participantes en las mesas de diálogo coincidieron.

De este modo se identifican:

SOFT SKILLS MÁS DEMANDADAS EN EL SECTOR TECNOLÓGICO Y DIGITAL



1. Comunicación

La comunicación **oral**, y sobre todo la **escrita**, adquieran **una importancia trascendental** en este sector, y así lo han manifestado la inmensa mayoría de las empresas colaboradoras, insistiendo en su relevancia, independientemente del puesto y haciendo alusión a la carencia de la misma que encuentran en muchos/as profesionales.

Cada vez se demandan más profesionales con buena capacidad para la **escritura**, que cuiden la ortografía y la gramática o que pueden mantener conversaciones escritas con un alto nivel de calidad, ya que es el formato que más entra en juego en el sector (correo-e, mensajería instantánea, redacción de informes, etc.).

Igualmente, se señala la importancia de tener adquiridos conocimientos sobre **mecanografía** para cualquier persona que quiera ser más empleable en el ámbito de la tecnología o en cualquier área digital, ya que no encajaría bien trabajar en este sector con la necesidad de mirar el teclado y no la pantalla. Esto es algo que puede parecer obvio, pero que cada vez se entrena menos y es necesario tenerlo en cuenta.

Se incluye en esta competencia también la importancia de la capacidad de síntesis, así como la comprensión de tareas descritas y la división de un problema en factores más pequeños.

Escucha activa y asertividad complementan este círculo virtuoso que posiciona en situación de ventaja dentro de este sector: para que el proceso de comunicación sea completo y eficiente, es necesario saber escuchar desde la perspectiva de la incorporación de la información, su procesado y correcta devolución. Igualmente, un estilo asertivo de comunicación se torna imprescindible para el adecuado flujo de la información, contribuyendo además a un eficaz ambiente de trabajo y a la evitación de conflictos derivados de malentendidos comunicativos-

2. Flexibilidad y adaptación al cambio

En un sector que cambia de manera constante, ser flexibles y tener **capacidad de adaptación** se convierten en dos requisitos fundamentales. Sin flexibilidad es imposible seguir el ritmo a los proyectos e interactuar y trabajar de manera eficaz con el resto de las personas componentes de los equipos de trabajo. En un momento de constantes cambios en el entorno, las compañías y los recursos humanos deben tener la capacidad de anticiparse y las herramientas necesarias para adaptarse a un contexto cada vez más incierto, entendiendo que dicha transformación es una palanca clave para potenciar la competitividad.

3. Resiliencia

La resiliencia es la capacidad que tiene una persona para enfrentarse a situaciones adversas y salir reforzada de ellas. Aplicada al trabajo, la resiliencia consistiría en la capacidad de un trabajador/a para responder a la presión y las demandas que se derivan de las responsabilidades de su puesto. Una persona resiliente tiene habilidad para aceptar la adversidad y saber gestionarla de forma positiva, y eso es lo que necesitan las empresas del sector en el contexto actual.

4. Organización y planificación

EL ámbito tecnológico y digital requiere de una alta capacidad de organización y planificación para desarrollar los proyectos profesionales con los niveles de profesionalidad y rigor oportunos.

En un sector donde el uso de herramientas, programas de gestión y organización del trabajo y otros elementos que facilitan y hacen más sencillo las tareas a desarrollar están muy presentes, ser capaces de organizar las cargas de trabajo, atender a las planificaciones marcadas por los responsables de equipos y cumplir con los plazos establecidos permitirá a las personas trabajadoras alcanzar sus objetivos con criterios de efectividad y excelencia profesional.

5. Autonomía e iniciativa

El entorno en el que trabajan la mayoría de los/as profesionales del sector tecnológico, digital y empresas en transformación, requiere cada vez más personas con autonomía a la hora de trabajar e independientes, con una alta capacidad para tomar decisiones y resolver situaciones en remoto. Esto no significa que se trabaje sólo/a, sino que la forma de relacionarnos, comunicarnos y tomar decisiones es otra, tanto por las metodologías de trabajo como por las situaciones de teletrabajo o trabajo en remoto. Es una competencia muy vinculada al aprendizaje y que se necesita en todas las áreas identificadas por las empresas participantes.

En este sentido, se hace imprescindible conocer profundamente la organización y el negocio en el que trabajamos y las normas de la propia empresa, que marcarán nuestra propia organización.

6. Actitud proactiva

La mayoría de las empresas participantes coinciden en que la actitud proactiva dentro de este sector es básica y fundamental para desarrollarse, crecer y optar a más y mejores oportunidades de empleo. Tener ganas y voluntad de aprender, estar dispuestos a desarrollar tareas y funciones diversas y no desmotivarse ante el primer fracaso o error, ayudará a alcanzar el éxito profesional dentro del complejo mundo tecnológico.

7. Mentalidad digital

Los perfiles profesionales que mejor se adaptan al mercado actual son los que han entendido que la digitalización conlleva cambiar el cómo se hacen las cosas, qué herramientas utilizar, cómo comunicar o relacionarse y para ello están desarrollando conocimientos y competencias en este sentido. Es decir, están trabajando en el desarrollo de la mentalidad digital.

8. Trabajo colaborativo en equipos multidisciplinares

El trabajo en equipo es fundamental y absolutamente necesario ya que en los proyectos dentro del sector tecnológico suelen intervenir profesionales multidisciplinares que requieren de contacto, comunicación y estrecho vínculo para poder desarrollar correctamente sus funciones. Sin trabajo en equipo, el fracaso del proyecto está asegurado.

9. Inteligencia emocional

La inteligencia emocional se vuelve imprescindible para trabajar adecuadamente en equipos que en muchos casos desarrollan sus funciones de manera deslocalizada y donde la falta de comunicación, empatía, las discrepancias en los modos de proceder o las diferencias en los niveles de habilidades sociales pueden generar situaciones conflictivas.

10. Tolerancia a la frustración

En un entorno de cambio constante y de ensayo y error continuo, la tolerancia a la frustración se posiciona como una competencia fundamental para mantener altos los niveles de motivación y ser capaz de encontrar en cada situación adversa un aprendizaje que aplicar en los siguientes proyectos.

11. Learnability o aprendizaje continuo

En un entorno donde la tecnología avanza a mucha velocidad y los ciclos de aprendizaje son cada vez más cortos, resulta vital desarrollar la “aprendibilidad” (*learnability*) o deseo y habilidad para el aprendizaje continuo. De este modo, se cuenta con actitud abierta al aprendizaje y ampliando o reciclando conocimientos de manera continuada.

12. Orientación a resultados

El sector tecnológico y digital requiere de profesionales con alta orientación a resultados. La mayor parte de los proyectos en los que se trabajan en este sector tiene periodos de desarrollo cortos y sufren cambios y actualizaciones constantes por lo que tener foco en el resultado ayudará a trabajar de manera más estructurada y eficiente.

13. Habilidades para el trabajo en equipos distribuidos y teletrabajo

Respecto a **trabajo en equipos distribuidos y teletrabajo**, estos nuevos modelos trabajo han experimentado un crecimiento muy significativo favorecido por las restricciones motivadas por la pandemia generada por el Covid-19. Este drástico incremento ha generado nuevos hábitos que perdurarán más allá de la pandemia, probablemente con modelos mixtos que combinen lo presencial con la conexión en remoto.

Igualmente, el teletrabajo pasará a ser parte habitual del nuevo modelo laboral, flexibilizado los horarios fijos de oficina y sus grandes espacios hasta que la pandemia remita y vayamos recuperando, en parte, la organización y reuniones presenciales. En el sector que nos atañe en este informe, ya estaba más extendido pero actualmente, se perfila como formato generalizado. Y este formato, requiere de algunas destrezas particulares que habrá que trabajar en aquellas personas que lo elijan como ocupación:

- Especial habilidad para la gestión del tiempo y gestión de tareas
- Responsabilidad, autonomía, automotivación y autorregulación.
- Capacidad de coordinación con terceros
- Competencias digitales avanzadas para el trabajo en red.

14. Creatividad en la solución de problemas

Se trata de fomentar la creatividad de manera intencional, logrando un proceso estructurado para la solución de posibles retos que se utiliza cuando se quiere ir más allá del pensamiento convencional y llegar a soluciones creativas, que aporten novedad y valor. Es una parte esencial de cualquier iniciativa de cambio y proceso de innovación, y una competencia imprescindible en el sector digital y tecnológico, muy unida al anteriormente mencionado *mindset* digital.

Competencias complementarias

Otras competencias de carácter secundario que también fueron mencionadas son:

- ✓ Las **capacidades emprendedoras e intra-emprendedoras**. Estas competencias tienen una importancia media sobre todo en profesionales que pasan una gran parte de su jornada laboral trabajando de forma remota o solitaria y que, por tanto, van a tener que tomar decisiones y poner en marcha acciones que tendrán una gran incidencia en la consecución de sus objetivos y en el desarrollo del trabajo con el resto de personas de los equipos.
- ✓ Por otro lado, el **conocimiento del negocio**, más allá del puesto y departamento que desarrollamos. Todas las empresas tienen acceso a un amplio conjunto de conocimientos, ya sea su comprensión de las necesidades de los/as clientes/as y el entorno empresarial o las habilidades y experiencia del personal. La forma en que una empresa reúne, comparte y explota este conocimiento es fundamental para su capacidad de desarrollarse con éxito y la gestión del talento de las/os profesionales. Esto aplica tanto a las empresas grandes y a las pequeñas y medianas empresas.
- ✓ **Trabajar la marca personal, las redes sociales y un buen networking** se convierte en una herramienta fundamental para los y las profesionales que quieren encontrar empleo. Poder dotar a las personas de estos conocimientos también les va a ayudar a ampliar posibilidades de empleo una vez tengan ya adquiridos los conocimientos técnicos y las soft skills fundamentales ya identificadas en el punto anterior.

Necesidades emergentes: Ocupaciones tecnológicas y digitales

Las ocupaciones tecnológicas y digitales **con mayores necesidades de profesionales y posibilidades de empleo** son las relacionadas con:



1. Programación y desarrollo

La programación y el desarrollo siguen siendo las profesiones del sector tecnológico donde más oportunidades de empleo se generan. Tenerlas presentes en el desarrollo de programas formativos resulta fundamental para mejorar las oportunidades de empleo de las personas usuarias ya que el conocimiento técnico que es preciso tener no es muy alto y las posibilidades de empleo si lo son. Por tanto, seguir trabajando en este tipo de acciones se convierte en una apuesta segura.

En este sentido las tecnologías que más perfiles siguen demandando son: HTML, PHP, JavaScript, .net, SQL, Angular o Business Central.

2. Diseño digital, marketing digital y experiencia del usuario

Otras de las ocupaciones detectadas por las empresas participantes son aquellas que tienen que ver con el diseño de páginas web y e-commerce por un lado y todo lo relacionado con la gestión y el mantenimiento de su *backoffice* por otro. Es decir, profesionales con conocimientos sobre cómo se desarrolla, gestiona y mantiene una web o e-commerce para sacarle el máximo partido.

Esto, complementado con el marketing digital donde se debe trabajar en aspectos como la comunicación en entornos online, redes sociales, *copywriter*, el SEO o el SEM puede generar profesionales muy completos en esta nueva realidad. Además, conocimientos en experiencia del usuario son muy valorados también por las empresas.

3. Inteligencia artificial, blockchain o ciberseguridad, entre otras

Todas aquellas ocupaciones relacionadas con la inteligencia artificial, el blockchain, la ciberseguridad o el cloud computing, entre otras, son nichos de mercado que están requiriendo profesionales en este momento.

La computación en la nube se ha convertido en una parte clave de la estrategia de transformación digital empresarial, y se proyecta que los servicios en la nube se conviertan en un negocio en alza para los próximos años. A medida que la nube comienza a dominar el panorama empresarial, el interés de empleadores/as, empresas y departamento de desarrollo, estrategia y gestión del talento, en puestos relacionados con la computación en la nube también ha aumentado.

En estas profesiones las barreras de entradas son altas ya que para poder desempeñar este tipo de trabajos de manera efectiva es necesario disponer de unos conocimientos técnicos previos de nivel medio o alto. Es más, en la mayoría de los casos las empresas solicitan formación universitaria para acceder a este tipo de puestos de trabajo.

Además, existen muchos programas que lo que necesitan en la actualidad son profesionales que lo apliquen y lo pongan en marcha en las organizaciones. En este caso concreto, los perfiles profesionales con conocimientos en estas tecnologías se encargarán de implementar esas tecnologías ya desarrolladas en las empresas.

De todas las mencionadas en este ámbito, las que mejor se ajustan a nuestros programas de formación y empleo, por requisitos, recorrido formativo y ajuste laboral, siempre teniendo en cuenta las necesidades reales locales, serían:

- ➔ Marketing digital
- ➔ Diseño de páginas web
- ➔ E-commerce
 - (las dos anteriores, preferiblemente unidas)
- ➔ Posicionamiento en buscadores SEO y SEM
- ➔ Gestión de contenidos

Necesidades emergentes: Ocupaciones influenciadas por la tecnología

Por otro lado, y en referencia a profesiones u ocupaciones no tecnológicas pero influenciadas por la tecnología destacan:



1. Captación/venta, atención y soporte al usuario o cliente

Las empresas identifican como nichos de mercado con potencial todos aquellos puestos vinculados con el área de captación/venta, atención y soporte al usuario o cliente. Posiciones todas ellas que no necesitan una alta capacitación, pero sí mucha especialización actualizada en la experiencia del cliente, experiencia de usuario o UX.

En lo relativo a la parte técnica, es fundamental disponer de habilidades digitales para poder desarrollar este trabajo de manera solvente, más si cabe en estos momentos en los que el teletrabajo en este sector está tan presente y donde el uso de programas que van desde el correo electrónico al control de proyectos se realiza a través de medios tecnológicos y digitales.

También, es importante que se tengan conocimientos específicos en el sector en el que se trabaje. Por ejemplo, para asesoría digital a la clientela en el sector bancario, se deberán tener conocimientos básicos a nivel económico y financiero.

2. Testing de programas y aplicaciones

Puestos relacionados con el testing de aquellos programas o aplicaciones que se desarrollan y donde los conocimientos técnicos no son, a priori, determinantes.

Para este tipo de puestos no es necesario que el profesional sea especialmente creativo o con conocimientos muy especializados desde el punto de vista tecnológico, sino más bien que posea unos conocimientos técnicos básicos que le permitan hacer las labores propias de esta posición.

3. Ocupaciones tradicionales modificadas por la tecnología

Por último, las ocupaciones tradicionales también sufren modificaciones por la tecnología ya que deben trabajar con herramientas digitales para hacer correctamente su trabajo. Esto requerirá de una actualización de conocimientos que les permita seguir realizando sus funciones y tareas de manera efectiva.

Por ejemplo, aquellos trabajos más básicos vinculados con la administración, las finanzas o la logística pueden ser un nicho generador de empleo si se actualizan los conocimientos y se adaptan al ámbito tecnológico y digital.

Conocimientos de programas informáticos específicos y claves básicas del sector en el que quieran trabajar serían los elementos fundamentales de este perfil donde se podrían encontrar oportunidades de empleo. Algo así como ocupaciones tradicionales con una capa tecnológica o 2.0, podría ser un itinerario formativo muy interesante de cara a la empleabilidad de los profesionales.

4. Otras que podrían ser tenidas en cuenta

Desde las empresas colaboradoras se mencionan de manera secundaria algunas oportunidades respecto a otros perfiles: Mecatrónica y robótica de mantenimiento, ocupaciones en el mercado de pago de comisiones e incentivo, pago de configuradores de oferta, certificaciones del fabricante o call center especializado y diferenciado.

Bloque 3. Respuestas formativas

Es necesario dar respuesta a las exigencias de cambio tecnológico, digital y productivo y contemplar de manera particular las necesidades del colectivo de personas en dificultad social y personas que tienen que reorientar su objetivo profesional, como mayores de 45 años, especialmente mujeres, y de aquellas otras con menores competencias digitales. La formación en competencias digitales es necesaria para entender los cambios y el desarrollo que éstos implican, conociendo las herramientas que tienen a su disposición para gestionar todo el proceso de manera eficiente. **La primera propuesta es clara: formular y/o reformular si fuera necesario esta formación para responder a las necesidades del mercado laboral.**

Como hilo conductor general se plantea que los programas formativos que se pongan en marcha se encuentren muy enfocados en las necesidades reales de las empresas. Debido a la gran velocidad a la que evoluciona este sector, **es necesario que los programas sean muy específicos y en base a áreas de especialización muy concretas**, ya que de otro modo las posibilidades de desempeñar un trabajo con la solvencia necesaria se disminuyen. **La falta de especialización** es común en la mayoría de los programas formativos que existen actualmente. Por eso, las empresas demandan la especialización más allá de un conocimiento básico general, de tal forma que las personas con talento digital puedan formarse y desarrollen itinerarios en función de sus competencias y las necesidades reales de las empresas.

Las empresas invitadas en las diferentes mesas de diálogo denominan a este modelo como **“formación líquida”**, es decir, escuchar a las empresas para saber qué necesitan y generar programas ad hoc. Por tanto, formaciones muy adaptadas a la realidad de cada momento que cubran esas necesidades que las empresas van teniendo.

Los programas formativos deberían tener también una base importante de habilidades y competencias o *soft skills* como elemento fundamental y crucial para que los perfiles sean 360°. Es decir, que no solo tengan conocimientos técnicos sino también toda esa parte referente a las habilidades que les permiten comunicar de manera oral y escrita, motivarse, resolver conflictos, hacer presentaciones, relacionarse adecuadamente con compañeros, equipos y clientes, etcétera.

Los programas formativos deben aportar una serie de **conocimientos básicos generales** que permitan a las personas usuarias conocer el sector, introducirse en él y una vez dentro, crecer en

base a las preferencias o a las tendencias que el mercado vaya marcando. Complementar estos programas de inicio con acciones de perfeccionamiento específicas.

Una recomendación para aquellos profesionales más autodidactas o con conocimientos previos es **complementar su perfil formaciones cortas o intensivas** donde posteriormente el alumnado pueda ir explorando otras áreas de conocimiento y consolidándolas. Esto, a su vez, se complementaría con periodos prácticos en empresas para asentar los conocimientos.

Introducir en los programas formativos las **metodologías de trabajo** que se van a encontrar los profesionales cuando se incorporen a las empresas puede ser una buena forma de aprender haciendo y, sobre todo, de que comprendan que tan importante como poseer los conocimientos lo es también conocer las herramientas y las metodologías que se utilizan.

Los programas formativos pueden ser más eficientes si desde la entidad somos capaces de hacer un filtrado de aquellos perfiles que mejor encajan en cada ocupación en base a sus conocimientos, experiencias y actitudes. Es decir, conseguir alinear de forma más concreta a las personas usuarias en los programas que mejor encajan en base a sus conocimientos previos, experiencias o capacidades con el objetivo de aumentar sus posibilidades posteriores de incorporación real al mercado de trabajo.

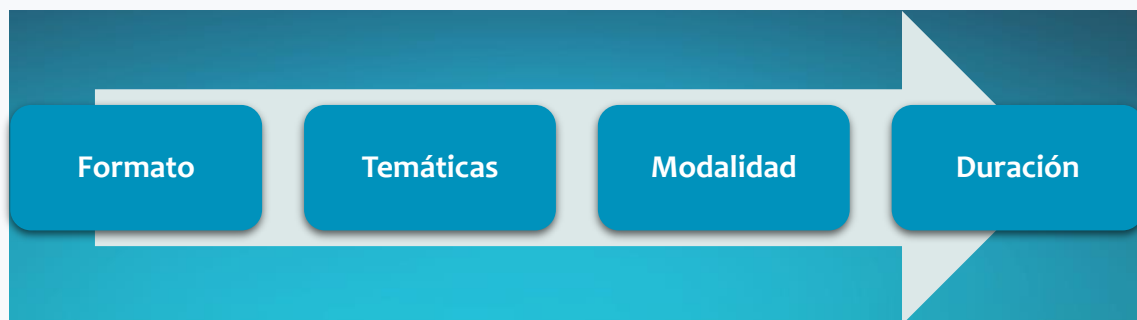
Se habla de una **“formación a la carta”**, a través de la cual se beneficia la persona y la empresa, con una tutorización desde la capacitación a las prácticas no laborales en la empresa orientada y adaptada a cada alumno/a- empresa, formando con conocimientos específicos a cada alumno/a según las necesidades de la empresa, con lo cual cuando las personas llegan a prácticas están más empoderadas, con más seguridad en sí misma y disminuye el tiempo de adaptación en la empresa.

Debe haber comunicación fluida entre **empresa, organización (Cruz Roja en este caso) y entidad docente**, no solo a la hora de organizar la acción formativa sino también durante el desarrollo del curso para valorar los perfiles que mejor pueden encajar en cada empresa. En este sentido, este contacto entre empresa y docente nos ayuda a realizar **“formación quirúrgica”** creando itinerarios personalizados de cara a la empresa en la que va a trabajar, y con un seguimiento mucho más continuado y riguroso del alumnado. La formación online y las píldoras formativas específicas nos ayudarán a complementar y personalizar estos itinerarios cubriendo las necesidades de cada empresa y dotando al alumnado de los recursos específicos concretos que necesitan para desempeñar con éxito sus funciones.

Es importante destacar que hoy en día la formación reglada ya no es una garantía tampoco de encontrar un trabajo o de adecuación al mercado laboral. Por eso, **las certificaciones oficiales** se convierten en una herramienta facilitadora de la entrada al mercado

de trabajo por lo que es necesario poner el foco en este elemento ya que son muy valoradas a nivel laboral, aunque no se tenga formación previa. En este tipo de certificaciones se puede ir escalando y alcanzando niveles que permiten mejorar aún más la empleabilidad de las personas que se encuentran en búsqueda de proyectos profesionales. Acreditaciones profesionales de proveedores (SAGE, Microsoft, Oracle) se convierten así en un elemento diferenciador para poder optar con mayores garantías de éxito a los puestos de trabajo disponibles en las organizaciones, siendo un tipo de programa formativo que se podría llevar a cabo mediante acuerdos de colaboración con estas empresas.

A continuación, analizamos las características fundamentales que las respuestas formativas deben tener en base a:



Formato de los programas formativos

Cómo idea central en base a la que trabajar el formato es necesario que los programas formativos tengan un carácter muy práctico. Es decir, ceñirse a lo estrictamente necesario en la parte teórica y poder centrarse en la parte práctica y aplicable de cara a que cuando las personas participantes en dichos programas accedan a las empresas puedan ser operativos desde el primer momento.

Es preciso que, a través de las formaciones, el alumnado pierda el miedo a la labor que tendrán que desarrollar en sus futuros puestos de trabajo. La tecnología y el mundo digital aún son muy recientes para muchas personas y esto les hace desarrollar un cierto miedo o reticencias a la hora de relacionarse con ellos.

Es importante alinear los programas formativos con las habilidades y competencias que las empresas buscan en los/as profesionales y desarrollar la capacidad de generar conocimiento

individual y colectivo en torno a las ocupaciones tecnológicas más demandadas. Promover el acceso a experiencias de aprendizaje basadas en proyectos reales y aplicar estas habilidades en un entorno auténtico.

Temáticas técnicas a abordar en los programas formativos

Como líneas generales y considerándose un punto de partida a tener en cuenta, las principales temáticas a abordar, en base a los nichos de mercado explorados en el punto anterior y por la facilidad de incorporación al mercado laboral del alumnado capacitado podrían ser:

- Formación en tecnologías o **lenguajes de programación** como: HTML, PHP, JavaScript, .net, SQL, Angular o Business Central. Habría que analizar aquellos más concretos y extendidos ya que en lo que coinciden todas las empresas es que no todo el mundo cuenta con las habilidades y aptitudes para programar.
- UX y UI como formaciones en el ámbito de la **experiencia de usuario** también se podrían plantear ya que son fáciles de desarrollar y su demanda también es alta.
- Formaciones en **diseño digital** (páginas web y e-commerce) o el **marketing digital** son dos sectores cuyas formaciones son sencillas de poner en marcha y cuyos resultados a nivel de empleo pueden ser interesantes por la alta demanda de este tipo de perfiles.
- Programas que capaciten a formadores o consultores para ayudar a las empresas en la **implantación o uso de programas transversales** que se utilizan de manera habitual. Por ejemplo, Microsoft y todas las funcionalidades y herramientas que se utilizan en el entorno de trabajo.

Modalidades formativas

Las empresas defienden y apuestan por la formación presencial sobre todo en los primeros contactos formativos con este sector profesional. Valoran como positiva la modalidad online para personas que ya tienen conocimientos y que lo que hacen es ampliar en áreas concretas o perfeccionarse en otras. En este sentido, consideran que la capacidad de trasladar conocimiento, recoger dudas o solucionar problemas es mucho más efectivo en el formato presencial.

Si bien es cierto que la modalidad online facilita mucho el aprendizaje, lo que sucede es que en muchos casos las personas no tienen las habilidades digitales básicas o los recursos necesarios para seguirlo adecuadamente. En este caso los programas mixto o *blended* (presencial y online) podrían ser una buena opción que considerar.

La **formación online en tiempo real o telepresencial** es una opción factible teniendo en cuenta la situación actual, siendo un modelo que implantar ya que reúne lo mejor de la formación online y de la formación presencial. Es importante complementar este tipo de formación con píldoras pregrabadas, prácticas en el aula para asentar contenidos y en la medida de lo posible, sesiones presenciales de forma puntual para reforzar y motivar al alumnado.

Duración recomendada

En lo relativo a las duraciones de los programas formativos, las empresas participantes coinciden en que programas de 500-600 horas más prácticas en empresas y el desarrollo de un proyecto asociado a la capacitación en esa especialización puede generar profesionales perfectamente capacitados para acceder al mercado de trabajo.



Modelo ideal programa formativo

Las formaciones de menor duración podrían ser contraproducentes ya que llevarían a trabajos de escaso valor y de poco impacto en la organización.

Otra opción a tener en cuenta son los programas que aportan certificación en proveedores oficiales ya que las posibilidades de empleo que generan son muy altas. Programas de entre 80-100 horas que aportan conocimiento específico para acceder a determinados puestos de trabajo de carácter más junior. Por supuesto, en estos programas más cortos en cuanto a duración debe

existir trabajo de adquisición de conocimientos complementarios por parte del alumnado para finalizar de manera eficiente su capacitación.

Un ejemplo de programa sería el que se está desarrollando en Aragón bautizado como Programa 8-8-8 donde un grupo de 25 personas de diferentes nacionalidades sin conocimientos previos en tecnología asisten a una formación de 888 horas donde en primer lugar se le dan conocimiento en tecnologías básicas como Java o .net y se complementa con conocimientos más específicos en temas como la computación en la nube. La inserción laboral de este tipo de programas es bastante alta, rozando en muchos casos el 60%.

Otra opción para considerar son los conocidos como *bootcamp*. Consiste es un curso muy intensivo (12-14 semanas) y de orientación práctica en el que el alumnado puede aprender a programar desde cero. Está orientado tanto a aquellas personas que ya tienen una base de programación como a los que desean iniciar su andadura en el mundo del desarrollo.

Esta iniciativa formativa surgió hace unos años ante la gran dificultad de las empresas para contar con perfiles cualificados para tareas tecnológicas. El diseño adaptado a las necesidades del mercado es más flexible que los programas académicos tradicionales. La titulación universitaria ya no es absolutamente necesaria para poder programar, sino que, gracias a estos cursos intensivos, se han podido reciclar profesionales de otros sectores o incluso formarse personas que no contaban con una titulación universitaria previa. Este modelo es replicable en otras muchas áreas dentro del ámbito tecnológico y digital.

Bloque 4. Prospección, intermediación y orientación

Este último bloque está orientado a identificar las principales líneas de actuación o pautas que el colectivo profesional especializado en la prospección, intermediación y orientación debe tener en cuenta a la hora de llevar a cabo su acercamiento y colaboración con las empresas del sector tecnológico o digital, así como cuando se trabaja con las personas participantes en los diferentes programas que se ponen en marcha desde Cruz Roja Española dentro de sus diferentes ámbitos de actuación.

De este modo, se identifican las **10 líneas de actuación** que más adelante se detallan:

1. Acercamiento a las empresas y comunicación fluida
2. Conocimientos técnicos del sector tecnológico y digital
3. Conocimiento de las diferentes ocupaciones
4. Actualización permanente
5. Flexibilidad y capacidad de adaptación
6. Identificación de oportunidades
7. Mejor adaptación persona/puesto
8. Ofrecer orientación enfocada a la toma de decisiones
9. Ser ejemplo para las personas participantes en los programas
10. Flexibilización de requerimientos y digitalización de procesos

1. Acercamiento a las empresas y comunicación fluida

Es necesario que se produzca un mayor acercamiento a la realidad de los negocios y las empresas. Es decir, hablar de tú a tú con ellas, conocer sus necesidades, visitarlas para ver cómo trabajan, en qué nuevos proyectos están inmersas, cómo la digitalización y la tecnología ha afectado a los puestos de trabajo, etcétera. De este modo, se podrá hablar en primera persona. En resumen, lo que ya hacemos desde la prospección y la intermediación, pero acercándonos mucho más a este sector.

Debe existir por tanto comunicación fluida entre las empresas y la organización para conocer la realidad de cada momento y alinear todo el trabajo que se lleva cabo con las necesidades de las empresas y las personas participantes. Convertirnos en un elemento proactivo que traslade de manera continua las necesidades, cambios y situaciones diversas que se producen para poder adaptar las actuaciones que se deben poner en marcha.

Todo ello permitirá a su vez orientar a las personas usuarias a puestos específicos en base a sus perfiles y competencias, atendiendo las necesidades concretas en base a sus zonas geográficas y al tipo de empresas que desarrollen actividad en sus áreas de influencia.

En definitiva, acercamiento y **diálogo constante** para alcanzar los objetivos por ambas partes; empresa y entidad.

2. Conocimientos técnicos del sector tecnológico y digital

El colectivo profesional encargado de la prospección, la intermediación y la orientación debe poseer unos amplios conocimientos técnicos en el ámbito tecnológico y digital, teniendo en cuenta en todo momento que se trata de un sector muy amplio y con unas características a nivel de funcionamiento que lo hacen bastante complejo.

Para poder trabajar con las empresas es importante poseer un bagaje en el ámbito tecnológico y digital que genere una relación de igualdad a la hora de trabajar en cualquier tipo de proyecto. La participación en programas formativos para el perfeccionamiento de estos conocimientos, desarrollar contenidos o píldoras de aprendizaje de fácil consumo (video o audio) así como crear comunidades de aprendizaje por temáticas donde poder aprender y profundizar en estos conceptos se presentan como algunas alternativas a valorar.

3. Conocimiento de las diferentes ocupaciones

Debemos comprender la multitud de actividades y empresas que compone este nuevo sector para tener un conocimiento amplio y una segmentación adecuada que nos permita optimizar las acciones que llevamos a cabo. Se trata de un sector donde recurrentemente surgen ocupaciones y perfiles profesionales que es necesario conocer en profundidad para valorar correctamente la idoneidad de las personas usuarias.

Para ello es necesario profundizar en las múltiples ocupaciones que dentro del sector tecnológico y digital existen, para evitar quedarnos en la superficie y poder comprender las características que definen a cada una, así como las diferencias con otras similares.

4. Actualización permanente

Este sector evoluciona a mucha velocidad por lo que la actualización debe ser continua. Se debe trabajar en la actualización constante de los conocimientos que las personas encargadas de la prospección, la intermediación o el acompañamiento deben poseer.

Los planes de formación internos de la entidad deben estar muy orientados a que este colectivo adquiera de manera constante todos los conocimientos y actualizaciones vinculadas al sector tecnológico y digital. De lo contrario resultará muy complejo entender el idioma en el que hablan las empresas. Conocer profesiones, perfiles asociados o el lenguaje y la jerga que se utiliza en este sector son requisitos básicos para poder trabajar de manera adecuada con las empresas.

5. Flexibilidad y capacidad de adaptación

Es necesario desarrollar una gran capacidad de flexibilidad y adaptación para entender los constantes cambios a los que las empresas del sector tecnológico y digital se enfrentan cada día.

Aunque no suceda igual en otros sectores, es necesario interiorizar este elemento para entender que la tecnología va a una velocidad trepidante y que si queremos estar alineados con las empresas debemos agilizar toda la maquinaria.

La planificación del trabajo que llevamos a cabo por parte de la entidad debe ganar también **agilidad** para acercarse mejor a las necesidades concretas de las empresas en cada momento. Poner en marcha proyectos piloto, como se está haciendo, es una buena opción: analizar si

funcionan y si no es así, pasar a otra idea. Es decir, estar centrado en la entrega de valor y poder encontrar puntos disruptivos en este sentido para ser absolutamente adaptables al entorno.

6. Identificación de oportunidades

Es necesario realizar un buen trabajo de análisis de la situación y hacerlo de manera ágil y rápida ya que nos encontramos en un entorno muy volátil y cambiante y que está evolucionando a mucha velocidad. La identificación de oportunidades y la rapidez de actuación en ese sentido será clave para aprovechar las diferentes situaciones que se produzcan y que puedan tener un impacto positivo en las personas usuarias.

Para ello es necesario realizar una mayor investigación de mercado para identificar y anticipar tendencias. Esto nos va a permitir adelantarnos y poder desarrollar proyectos acordes a estas necesidades.

Como elemento concreto relacionado con este punto, es importante entender que las diferentes áreas geográficas van a determinar las necesidades concretas en cada territorio y que no es viable hacer planes generales ya que no estarían atendiendo a la realidad.

Es preciso realizar una segmentación de sectores, ya que no todos van a crecer igual, y esto va a requerir de una especial atención por nuestra parte para poder atender las demandas de manera enfocada. Economía verde, sector sanitario o agricultura y ganadería transformada por la tecnología destacan entre las oportunidades más significativas.

Muchas de las empresas participantes, la mayoría pymes, lo han hecho además como miembro de asociaciones territoriales o grupos de empresas sectoriales, poniendo de manifiesto el rol clave de las asociaciones empresariales en la identificación de oportunidades. Es una excelente manera de descubrir las necesidades de las empresas asociadas y de los sectores a los que nos referimos. Dependiendo del territorio y del tipo de actividad, conocen profundamente la realidad del sector de actividad en el que operan y su misión es sumar y remar en la misma dirección. Y es aquí donde tenemos que encontrar objetivos comunes, como son el aprendizaje, la formación y la colaboración.

Entre las personas miembros de asociaciones de empresas locales, sectoriales, cámaras de comercio, agrupaciones de polígonos industriales y/o tecnológicos, y personas trabajadoras autónomas y emprendedoras, podemos identificar estrategias, información y conocimientos que pueden aportar soluciones a la formación y generar oportunidades hacia el empleo.

Además de la formación, la colaboración es otro de los factores clave de estas asociaciones. En muchas ocasiones, surgen ideas, proyectos o trabajos, que se desarrollan mejor en colaboración y esto aumenta las posibilidades de éxito de manera indiscutible. Como organismos que coordinan los intereses comunes de los/as asociados/as, aúnan recursos, ideas y proyectos, y en cualquier caso la propia capacidad de promoción de las agrupaciones, resulta de gran ayuda a la hora de promover iniciativas y acciones.

7. Mejor adaptación persona/puesto

La orientación profesional para la identificación de perfiles y mejor adaptación de persona/puesto resulta vital. Es decir, no todos los perfiles son válidos para todas las ocupaciones que se dan en el sector tecnológico y digital por lo que los profesionales de la orientación deben conocer muy bien este sector. Esto les permitirá encontrar los puntos de encuentro, aportando así verdadero valor al futuro profesional de la persona usuaria.

Demos trabajar en la **especialización** de nuestros agentes de inserción laboral en **la detección e identificación del talento digital y la evaluación del pensamiento computacional** de las personas participantes que muestren interés por estos sectores.

Con lo anterior, completar la formación o la experiencia que tengan las personas usuarias en este sector siendo capaces de detectar sus principales carencias y donde estarán las claves de su futura empleabilidad. Es decir, conociendo muy bien los perfiles tecnológicos y los perfiles de las personas usuarias se generará un alineamiento más productivo para ambas partes.

Una idea recurrente para conseguir este objetivo radica en hacer mucho hincapié en el desarrollo de los programas de prácticas. De este modo se consigue un buen alineamiento entre alumnado y empresa y se generan oportunidades reales de empleo.

8. Ofrecer orientación enfocada a la toma de decisiones

Los servicios de orientación que se prestan a las personas usuarias deben estar muy adaptados a los requerimientos y necesidades que el sector está demandando en cada momento y, sobre todo, basado en un amplio y profundo conocimiento del mercado de trabajo.

Para ello, es necesario que la orientación esté muy enfocada en que las personas usuarias puedan ser parte activa del proceso, fomentando su proactividad, así como la toma de decisiones para en

función de sus gustos, necesidades o preferencias poder avanzar en el camino hacia la inserción laboral.

Debe existir por tanto una comprensión por parte de los servicios de orientación de convertir la búsqueda de empleo en un proceso en el que se acompaña y guía a las personas usuarias, pero son finalmente estas las que deben tomar las decisiones más oportunas en cada momento.

9. Ser ejemplo para las personas participantes en los programas

El colectivo profesional encargado de la prospección, intermediación y orientación debe ser capaz de **liderar digitalmente**. Es decir, ser ejemplo y espejo de lo que pretendemos trasladar a las personas usuarias.

Esto pasa por ser digitales y entender esta mentalidad que las empresas nos están trasladando y que es complicado transmitir si no lo conocemos en profundidad. Solo desde el conocimiento más profundo de cómo funciona este paradigma e interiorizando comportamientos y actitudes digitales, se podrá realizar una correcta transferencia a las personas usuarias con las que interactuamos.

10. Flexibilización de requerimientos y digitalización de procesos

Los procesos y protocolos con los que trabajamos en la entidad deben tender a la digitalización si queremos hablar en un mismo idioma con las empresas. Es decir, debemos facilitar la relación con las organizaciones.

Para ello, se debe simplificar y agilizar el contacto y las gestiones con las empresas, no solo en lo que a burocracia se refiere sino también en las formas de interactuar, en la rapidez de respuesta ante determinadas situaciones o en la agilidad a la hora de poner en marcha acciones o proyectos que puedan tener como objetivo la incorporación inmediata de las personas usuarias.

3. Conclusiones finales

A continuación, y a modo de ideas clave se recogen algunos de los puntos más significativos identificados en el desarrollo de las mesas de diálogo y expuestos a lo largo de este informe.

El contexto y los cambios productivos en los que se desenvuelven las empresa tecnológicas y digitales se caracteriza por:

- **Rápido desarrollo del sector tecnológico y digital en España.**
- **Transformación digital y automatización de procesos.**
- **Deslocalización del trabajo (trabajo en remoto o teletrabajo)**
- **Déficit de perfiles profesionales.**
- **Atracción de talento femenino.**
- **Necesidad de colaboración entre empresas y entidades vinculadas al empleo.**

Los nichos de empleo en el sector tecnológico y digital se encuentran principalmente en:

⊕ Ocupaciones tecnológicas

- **Programación y desarrollo.**
- **Diseño digital, marketing digital y experiencia de usuario.**
- **Inteligencia artificial, ciberseguridad, blockchain y similares.**

⊕ Ocupaciones influenciadas por la tecnología

- **Captación/venta, atención y soporte al usuario o cliente.**
- **Testing de programas y aplicaciones.**
- **Ocupaciones tradicionales modificadas por la tecnología.**

En lo relativo a los conocimientos/competencias técnicas y a las soft skills que los perfiles profesionales del sector tecnológico y digital deben poseer o desarrollar, se recogen a continuación las más demandadas y en las que la mayoría de las empresas participantes en las mesas de diálogo coincidieron.

Conocimientos/competencias técnicas

1. Idiomas

Soft skills

1. Comunicación.
2. Flexibilidad y adaptación al cambio
3. Resiliencia
4. Organización y planificación.
5. Autonomía e iniciativa.
6. Actitud proactiva.
7. Mentalidad digital.
8. Trabajo colaborativo en equipos multidisciplinares.
9. Inteligencia emocional.
10. Tolerancia a la frustración.
11. *Learnability* o aprendizaje continuo.
12. Orientación a resultados.
13. Habilidades para trabajar en equipos distribuidos y teletrabajo
14. Creatividad en la resolución de problemas

Las respuestas formativas a desarrollar deben estar caracterizados por:

- Formación presencial para perfiles con pocos conocimientos y primer acercamiento a este sector y formación online para perfiles más avanzados.
- Duración de los programas formativos de entre 500-600 horas donde se combinen conocimientos teóricos y prácticas, con prácticas en empresas y el desarrollo de un proyecto final donde aplicar los conocimientos adquiridos.
- Valorar el formato *bootcamp* o modelo intensivo para acelerar el proceso de aprendizaje.

Desde el punto de vista de la prospección, intermediación y orientación laboral es necesario tener en cuenta una serie de elementos clave o decálogo con las ideas fundamentales para el correcto desarrollo de este trabajo y la creación de un vínculo más estrecho y productivo con las empresas:

1. **Acercamiento a las empresas y comunicación fluida.**
2. **Conocimientos técnicos del sector tecnológico y digital.**
3. **Conocimiento de las diferentes ocupaciones.**
4. **Actualización permanente.**
5. **Flexibilidad y capacidad de adaptación.**
6. **Identificación de oportunidades.**
7. **Mejor adaptación persona/puesto.**
8. **Ofrecer orientación enfocada a la toma de decisiones.**
9. **Ser ejemplo para las personas participantes en los programas.**
10. **Flexibilización de requerimientos y digitalización de procesos.**

ANEXO I. Empresas participantes

UNDANET | Mario Vicente. *CEO Socio Fundador.*

Empresa tecnológica con 15 años de trayectoria profesional. A través de sus dos divisiones de trabajo (DIGITAL y CODE), diseña soluciones avanzadas de software.

MAJOREL ESPAÑA | Almudena Granados. *Head of HR Transformation Projects IBILAT (Spain, Portugal, Italy and Latam America).*

Empresa especializada en el diseño y desarrollo de servicios de atención al cliente mediante la combinación inteligente de personas y tecnología, ofreciendo un valor real de alta calidad e impacto para las empresas a las que presta sus servicios.

ORANGE ESPAÑA | Javier D. Castellanos. *Director de la Robot Factory de Orange en España.*

Orange Espagne S.A.U. es la filial española de la compañía multinacional francesa Orange. El operador emplea la marca comercial «Orange», mediante la cual ofrece servicios de telefonía, internet y televisión en España.

EVERIS | Sheila María Ramos. *Departamento de Recursos Humanos.*

Empresa dedicada a la consultoría y outsourcing abarcando todos los sectores del ámbito económico, formada por más de 27.000 profesionales repartidos por Europa, USA y Latinoamérica.

SIXTEMA | María Parente. *Recursos Humanos.*

Empresa especializada en el desarrollo de software aplicado a sistemas de Información geográfica, desarrollo de soluciones para gestión y publicación de información geoespacial, desarrollo de apps y soluciones que cubren una amplia gama de tecnologías.

TEIMAS | Iago Elizechea. *Fundador y CTO.*

Empresa especializada en el desarrollo de soluciones tecnológicas y plataformas medioambientales, asegurando la cobertura legal y facilitando el flujo y el análisis de información para favorecer e impulsar negocios sostenibles.

PLEXUS TECH | Silvia Fraga. *Directora General de Estrategia y Marca.*

Empresa especializada en consultoría, servicios y productos IT (Data TECH, conectividad y sistemas, ciberseguridad) fundada en el talento y capacidades de sus equipos de trabajo.

DATALIFE | Lucía Castro. *Gerente.*

Hub de Innovación Digital para aplicar inteligencia artificial y big data en PYMES de los sectores primario, biotecnológico y salud.

BARCELONA DIGITAL TALENT | Víctor Solanas. *Head of Strategy and Operations.*

Iniciativa público-privada que busca crear y retener profesionales con competencias digitales en Barcelona y captar talento internacional.

ECONOCOM NÉXICA | Nacho Baenas. *Responsable de Recursos Humanos.*

Empresa que proporciona infraestructura de TI segura en la nube, soluciones de gestión de sistemas y subcontratación de TI: nube pública, privada e híbrida, en centros de datos propios y en las instalaciones del cliente.

SHUTTLE CLOUD | Alberto Vázquez. *Director Financiero.*

Empresa del sector tecnológico que ofrece una potente plataforma de migración de contactos y correos electrónicos a la nube.

NET4THINGS | Lourdes Martínez. *Senior Marketing Communications Specialist.*

Empresa líder de movilidad y Data Driven Services en Europa. Ofrecen servicios de movilidad, desarrollan aplicaciones, plataformas de servicio o sistemas integrados. Transformación digital de la empresa automovilística.

ORACLE | Elena García y Elena Villalta. *RRHH y RSC.*

Empresa de software de estereotipos que desarrolla e implementa aplicaciones para empresas, activado por Internet a través de toda su línea de productos: base de datos, aplicaciones comerciales y herramientas de desarrollo de aplicaciones y soporte de decisiones.

BTS | Teresa Yetano. *Directora.*

Consultora especializada en transformación digital creando experiencias digitales inmersivas e interactivas que permiten a los participantes desarrollar habilidades y aplicarlas, alineándolas con la estrategia organizacional y mejorando los resultados empresariales.

MOINSA | Christian Corrochano. *RRHH.*

Empresa pionera en el desarrollo de soluciones inalámbricas en los campos de la gestión logística y la identificación automática. Opera en sectores verticales complejos, como el retail, ofreciendo una buena experiencia de usuario y donde el diseño de espacios y el componente tecnológico digital juegan un papel fundamental.

GEFOREST | Pedro Díaz. *Cofundador.*

Empresa especializada en servicios de escaneo 3D o Lidar (Light Detection and Ranging), digitalización y medición. Realizan escaneos láser 3D precisos y detallados de todo tipo de espacios, edificios e infraestructuras para la ejecución de proyectos de ingeniería, arquitectura, edificación industrial, conservación del patrimonio, etc.

FABLAB CUENCA | Delia Millán. *Directora.*

FabLab Cuenca es un Laboratorio de Fabricación Digital. Se centra en la creación de un espacio de trabajo comunitario para fomentar el uso y el conocimiento de la fabricación digital y las nuevas tecnologías.

VISION ESTUDIO CUENCA | Jaime García. *CEO y Director Técnico.*

Empresa especializada en el desarrollo de experiencias inmersivas 3D. Son especialistas en la construcción de entornos 3D ultra realistas, para lograr experiencias virtuales 100% inmersivas y reales.

ORANGE | Susana Martínez. *Servicio al Cliente y RRHH.*

Orange Espagne S.A.U. es la filial española de la compañía multinacional francesa Orange. El operador emplea la marca comercial «Orange», mediante la cual ofrece servicios de telefonía, internet y televisión en España.

RANDSTADD ETT | Ana Teresa González. *Directora Zona Asturias.*

Empresa activa a nivel internacional dentro del dominio del trabajo temporal y de los servicios en recursos humanos. Tiene presencia en más de 40 países.

IBM | Raúl García. *Public Cloud Sales Manager.*

Empresa multinacional estadounidense de tecnología y consultoría que fabrica y comercializa hardware y software, ofrece servicios de infraestructura, alojamiento de Internet y consultoría en una amplia gama de áreas relacionadas con la informática.

ORACLE | Laura García. *EMEA Oracle University Presales Manager.*

Empresa multinacional líder mundial especializada en el desarrollo de soluciones de nube y locales.

SINLIMIT.ES | Carlos E. Fumero. *CEO.*

Consultoría especializada en el desarrollo de soluciones tecnológicas que presta soporte en el desarrollo de servicios vinculados con las reuniones, conferencias y encuentros digitales.

REDHAT | Roberto López. *Responsable Departamento Formación.*

Proveedor mundial de soluciones empresariales de código abierto con un enfoque impulsado por la comunidad que nos permite ofrecer tecnologías de alto rendimiento de Linux, nube, contenedor y Kubernetes.

UNITEL-SISTEMAS DE TELECOMUNICACIONES | Sara Martín. *Departamento Formación.*

Empresa especializada en cableado estructurado, CPD y soluciones informáticas con más de 20 años de experiencia en el sector.

CISTEC TECHNOLOGY | Susana Moreno. *Departamento de Innovación.*

Empresa de ingeniería especializada en tecnología e innovación. Ayudan a concienciar a las empresas de la transformación digital, y actualizamos sistemáticamente su infraestructura tecnológica mejorando sus procesos internos.

TECNARA | Manuel Pérez. *Director General.*

Clúster de Empresas TIC, Electrónica y Telecomunicaciones de Aragón (TECNARA) es una asociación sin ánimo de lucro de carácter privado e independiente promovido por el Foro de la Innovación de la Asociación de Empresas de Informática de Aragón.

TECON SOLUCIONES INFORMÁTICAS | Francisco López. *Adjunto a la Dirección de RRHH y Formación.*

Empresa especializada en ofrecer soluciones informáticas y digitales para mejorar los procesos de negocio de las empresas.

SNGULAR | María Luz Mariscal. *Senior Digital Marketing y Comunicación.*

Empresa especializada en solucionar problemas vinculados a las tecnologías de la información que ayuda a las empresas a aprovechar las tecnologías digitales más avanzadas de la actualidad para crear valor y crecer.

VERNE TECHNOLOGY GROUP | Carolina Climent y Selenia Blanco. *Departamento de RRHH.*

Grupo empresarial de servicios tecnológicos de ámbito internacional, formado por un equipo dinámico y flexible compuesto por más de 2.500 profesionales repartidos en 16 oficinas ubicadas en España, Marruecos y Alemania.

INYCOM | José Luís Latorre. *Director General.*

Empresa del sector de las soluciones tecnológicas especializada en desarrollo web, identidad digital, electrónica, sector TIC y también ofrece servicios para entornos hospitalarios y laboratorios.

LYNXVIEW | David Ivorra. *CEO.*

Empresa consultora de tecnologías de la información orientada al servicio al departamento IT de las empresas con áreas de servicios en infraestructuras, software o desarrollo propio.

CGB INFORMATICA | Ana Romero. *Gestión de proyectos.*

Empresa informática dedicada al desarrollo de una amplia gama de servicios necesarios para impulsar la empresa, desde campañas en redes sociales, página web a medida hasta servicio de call center o tour virtual.

AIRHE RRHH | Arantxa Vázquez. *Directora AIRHE Consultoría RRHH.*

Empresa dedicada a la consultoría de RRHH, formación y selección con alta especialización en el ámbito tecnológico y digital.

INNOMARKETING | Jesús Rivas. *Profesor, consultor, mentor y coach.*

Empresa dedicada a la definición, implantación y desarrollo de estrategias que se adapten al entorno económico actual, utilizando el marketing y la comunicación como herramientas que permitan detectar y satisfacer las necesidades de los consumidores.

ITER INVESTIGACIÓN | Juan Carlos Hernández. *CEO Socio Fundador.*

ITER desarrolla su actividad en diversos ámbitos de la consultoría comercial, la gestión de servicios telefónicos a través de Call Center y la investigación social y de mercados, diseñando las estrategias más adecuadas para ofrecer una respuesta específica a cada cliente/institución.

BLUE LEADERS | Boris Mosquera. *Director y consultor*

Empresa que ofrece servicios colaborativos, internos y externos para aportar flexibilidad a clientes con especialización en sectores como tecnología, ingeniería, I+D, sostenibilidad, financiero, recursos humanos y educación.

GRUPO ZENDAL | Cecilia Mariño. *Directora de Recursos Humanos y Transformación Digital*

Grupo biofarmacéutico enfocado en la investigación, desarrollo, fabricación y marketing de vacunas y otros productos biológicos de valor añadido para la salud humana y animal.

GRUPO FINSA | Gisela Mato. *HR Business Partner*

Empresa del sector de los materiales de construcción. Son el fabricante más antiguo de tableros de aglomerados y MDF en la Península Ibérica.

HACK A BOSS | Pablo Rodríguez. *Director.*

Empresa del ámbito formativo especializada en el desarrollo de programas en formato bootcamp dentro del sector tecnológico y digital.

PLAY BRAND | David Martí. *Propietario y Director.*

Consultoría estratégica especializada en marketing y comunicación digital. Ayudan a las organizaciones a comprender las reglas del entorno online, integrándolas en su cultura empresarial diseñando para ello objetivos, acciones y proyectos específicos.

SHIP 2B FOUNDATION | Cristina San Salvador. *Expansion & Program Development Manager.*

Fundación centrada en impulsar la economía de impacto; un modelo económico donde el fin principal de startups, empresas, inversores y organizaciones ya no es solo maximizar su rentabilidad económica, sino también su impacto social y medioambiental.

CLIC&POST | Javier Guasch. *Responsable de negocio.*

Empresa especializada en marketing digital que presta servicios de comunicación y marketing a empresas de diversos sectores.

AZIERTA | José Nieto. *RRHH.*

Consultora que gestiona de forma integral el ciclo del crédito, ofreciendo soluciones y servicios de máxima calidad al sector financiero. Invierte en sistemas de tecnología avanzada para el desarrollo de procesos y herramientas de gestión y apoyo a la toma de decisiones.

ACADEMIA VERSUS | Daniel Collado. *Director.*

Proyecto que nace para cubrir la necesidad de las personas de aprender qué es la tecnología, cómo funciona y entender cómo en un futuro muy cercano será la base de prácticamente cualquier trabajo.

ACL FORMACIÓN | Antonio Cerrato. *Director.*

Empresa consultora que trabaja para las administraciones públicas, empresas privadas y público en general principalmente en el sector de la formación.

BRMARKETINGWEB | Amparo Ramón. *Directora.*

Empresa especializada en el marketing digital y diseño web, experta en el desarrollo de proyectos personalizados a las necesidades de cada cliente

LOLLIPOP | Rocío González. *Propietaria.*

Cadena de tiendas con amplia presencia en el ámbito digital que ofrece sus productos de ropa, calzado y complementos tanto en el entorno físico como digital.

JOLITEC | Adolfo Contreras. *Propietario/Director.*

Empresa de venta digital especializada en productos tecnológicos a través de un e-commerce.

ENTREGA2 | César Martín. *Propietario/Director.*

Empresa especializada en el servicio de entrega de comida a domicilio que de manera similar a como lo hacen las grandes plataformas de delivery, presta sus servicios en la comarca de Navalmoral de la Mata (Cáceres).

ASEM BPW ASTURIAS/ASOCIACIÓN EMPRESA MUJER | Ana López-Cancio. Presidenta de ASEM y miembro de las Juntas Directivas de FADE (Federación Asturiana de Empresarios) y de ANCCP (Asociación Nacional de Centros de Certificados de Profesionalidad).

ASEM es la mayor red de mujeres empresarias, directivas y profesionales de Asturias.

DAORJE | José Carlos Fernández. *Responsable de Mejora Continua.*

Empresa líder del sector auxiliar con implantación y proyección internacional, presente en los sectores, industrial y medioambiental.

ILABORA FORMACIÓN | Carlos Fernández. *Director Gerente.*

Centro de Formación Privado ubicado en Asturias y con presencia en España, Portugal y América Latina a través de sus canales digitales. Cuenta con una trayectoria de más de 30 años formando profesionales.

NATIONAL NEDERLANDEN | Antonio Flecha. *Director Oficina Oviedo.*

Empresa del Grupo NN que ofrece soluciones de protección, pensiones y ahorro e inversión a corto, medio y largo plazo.

GRUPO FORPLAN | Enrique González. *Director.*

Empresa del ámbito de la formación que ofrece programas para particulares, empresas y emprendedores además de contar con una agencia de colocación.

INTERNACIONALWEB | Claudio Moginler. *Director.*

Agencia dedicada al diseño y programación de páginas webs, posicionamiento SEO, Gestión de campañas publicitarias en Facebook, campañas de Google Adwords/SEM, servicios de community manager o gestión de reputación online entre otros servicios.

SUMATE MARKETING ONLINE | Roald Schoenmakers. *Director General.*

Agencia de marketing digital multilingüe, orientada a la solución de los retos planteados por las nuevas tecnologías y a la medición de resultados.

FLEXOH | Guillermo Sánchez. *CEO.*

Empresa que ofrece sistema de Retribución Flexible y Beneficios más innovador y potente del mercado, permitiendo que RRHH se despreocupe totalmente de la gestión.



#EmpleandoDigital+

Innovación en la inserción laboral