

2015

MONITOR
DE EMPLEO

Familia profesional de
Administración y gestión



TENDENCIAS DE EMPLEO Y FORMACIÓN



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro



**Comunidad
de Madrid**

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO Y HACIENDA

Consejera de Economía, Empleo y Hacienda

Excma. Sra. Dña. Engracia Hidalgo Tena

Viceconsejero de Hacienda y Empleo

Ilmo. Sr. D. Miguel Ángel García Martín

Director General del Servicio Público de Empleo

Ilmo. Sr. D. José María Díaz Zabala

.....

COORDINACIÓN

Subdirectora General de Planificación, Cualificación y Evaluación

Cristina Olías de Lima Gete

ÁREA DE ESTUDIOS Y PLANIFICACIÓN

Encarna Abenójar Rodríguez

Lourdes Domínguez Cacho

Mercedes Gigosos Gutiérrez

Aniceto Alfaro Cortés

M. Teresa Nuño Gil

M. Pilar Martín Martín

Raquel García Nicolás

David Hernández Pérez

ELABORACIÓN

KPMG Asesores, S.L.

La responsabilidad de los trabajos de esta publicación incumbe únicamente a sus autores

© Comunidad de Madrid

Edita: Dirección General del Servicio Público de Empleo

de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda

Vía Lusitana, 21. 28025 Madrid.

areaestudios@madrid.org

www.madrid.org

Formato de edición: archivo electrónico

Edición: 2016

Editado en España - Published in Spain





Imagen: youtube

Familia profesional de Administración y gestión

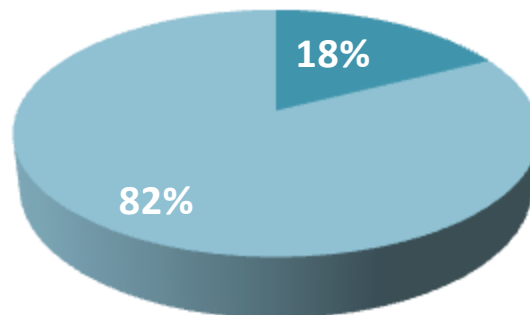
El presente informe muestra las conclusiones obtenidas para la *Familia profesional de Administración y gestión* en el estudio **“Determinación de las necesidades de formación para el empleo”** realizado durante 2015 por la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid. La finalidad del trabajo ha sido investigar las tendencias de futuro que afectarán al mercado de trabajo regional y los requerimientos de cualificación que implicarán estos cambios: ocupaciones emergentes, actualización de competencias y demandas de formación.

Para introducirnos en la Familia profesional y antes de abordar el apartado de tendencias, se muestran algunas estadísticas que ayudan a comprender la representatividad de este ámbito productivo en la Comunidad de Madrid.

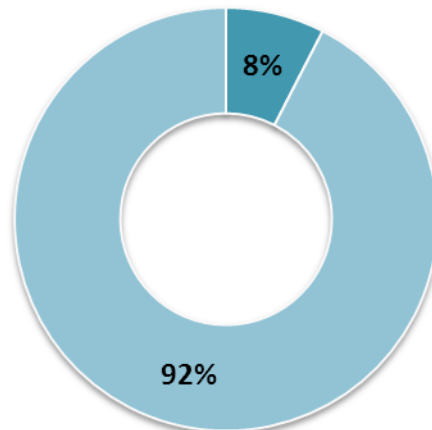
Estadísticas sobre empresas, trabajadores por cuenta ajena, paro y contratos en esta Familia profesional

1. Porcentaje de empresas madrileñas relacionadas con la actividad de *Administración y gestión* frente al total de empresas que operan en la Comunidad de Madrid.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE 2013

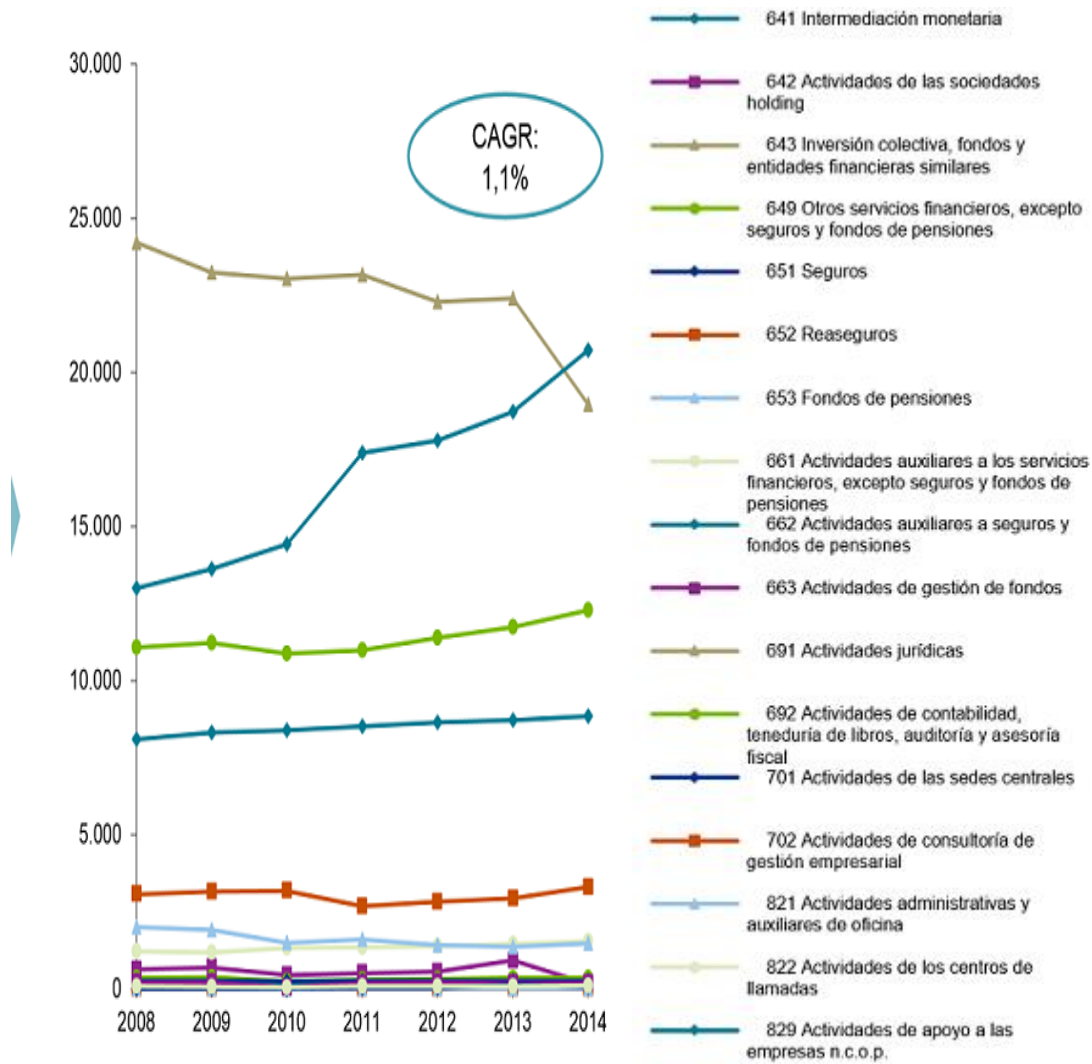


2. Porcentaje de trabajadores por cuenta ajena en *Administración y gestión* frente al total de trabajadores por cuenta ajena de la Comunidad de Madrid.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE 2013

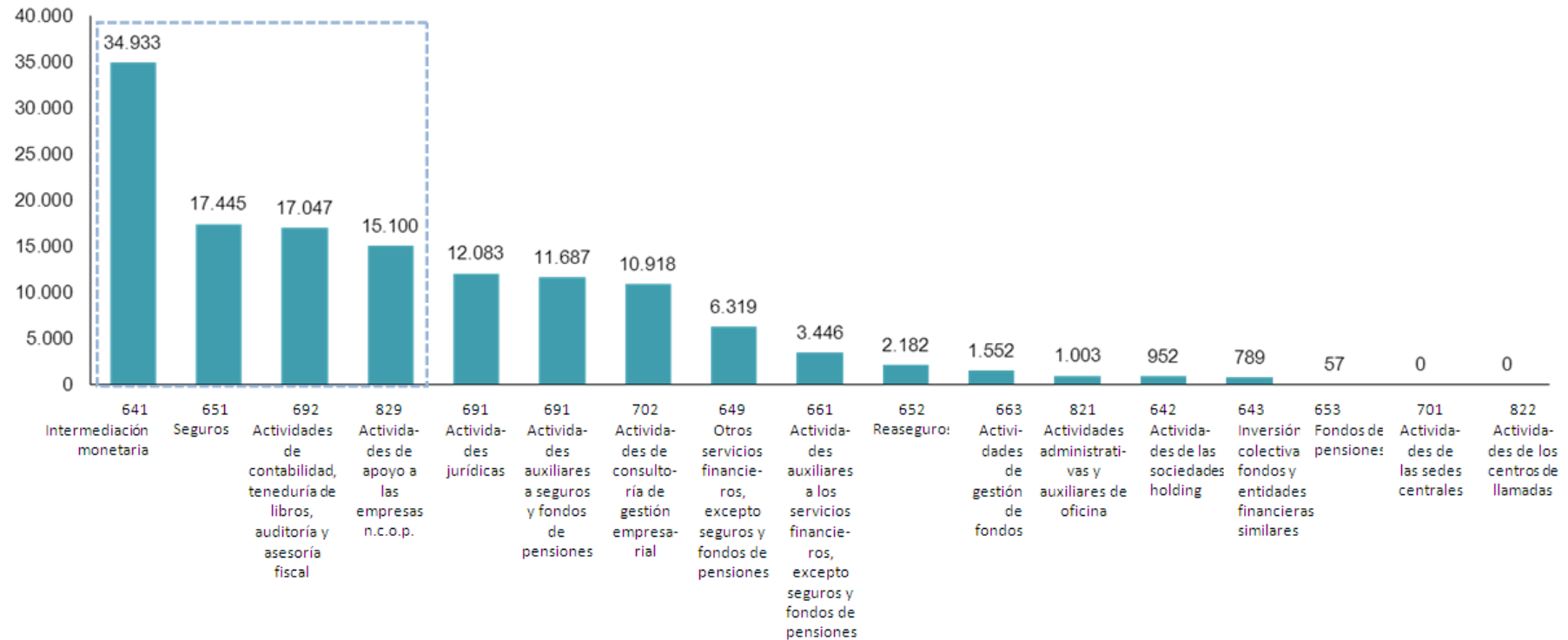
3. Evolución del número de empresas de la Comunidad de Madrid (2008-2014) que operan en actividades productivas relacionadas con este sector



Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos extraídos del DIRCE 2013
(En la leyenda aparecen las actividades económicas seleccionadas para Administración y gestión)

4. Trabajadores por cuenta ajena según actividades económicas relacionadas con *Administración y gestión*
 (Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos extraídos del DIRCE 2013)

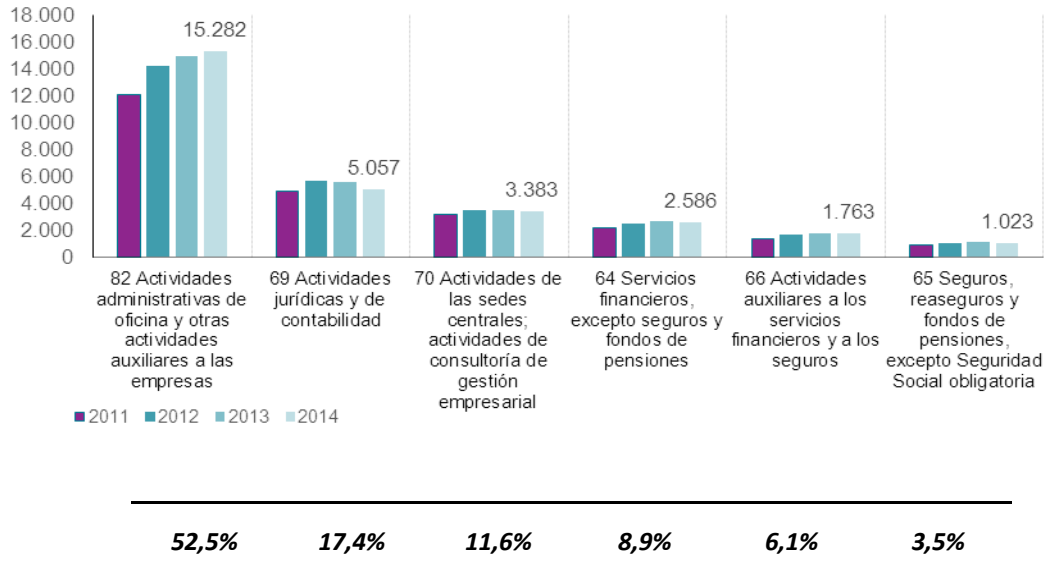
Trabajadores por cuenta ajena. *Administración y gestión*.
 Distribución Comunidad de Madrid (2013)



Nota: se enmarcan en el cuadro de puntos las actividades económicas (CNAE-2009) que mejor representan a esta Familia Profesional

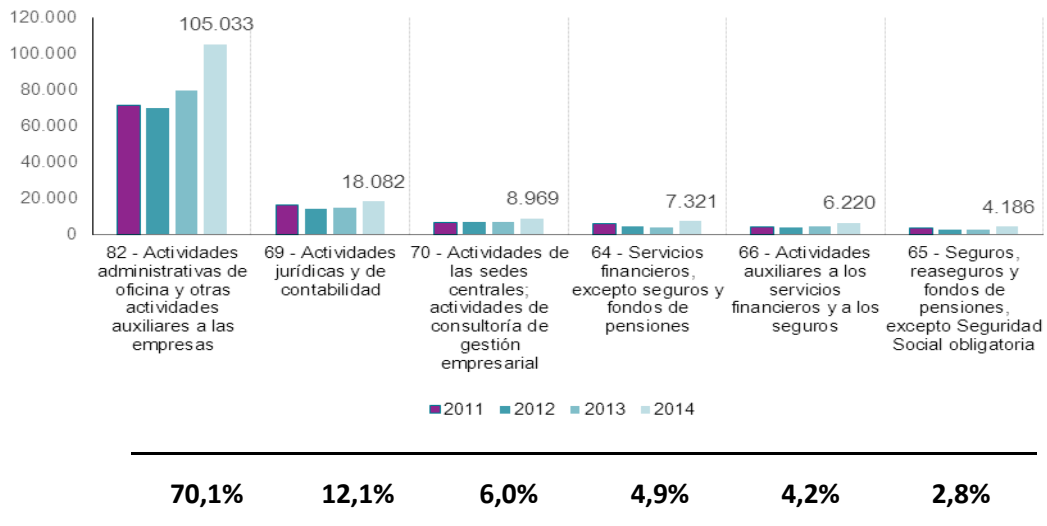
5. Evolución 2011-2014 y porcentaje del paro registrado (2014) en las actividades de *Administración y gestión*

(Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos de paro registrado)



6. Evolución 2011-2014 y porcentaje de los contratos registrados (2014) en las actividades relacionadas con la *Administración y gestión*

(Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos de contratos registrados)



Tendencias de evolución en Administración y gestión

El esfuerzo que vienen haciendo tanto la Administración Pública como el tejido empresarial en los últimos años por fomentar el desarrollo del país a través de diferentes elementos e iniciativas empieza a dar frutos con un impacto directo en la recuperación económica, tanto de la industria como del sector servicios, y en la reactivación del mercado laboral.

En este sentido, el escenario empieza a ser positivo y la economía, responsable. El tejido empresarial ha entendido que la actividad de la empresa tiene una repercusión económica y social y que, por lo tanto, ejerce un enorme poder de influencia para beneficiar a sus grupos de interés y ser el principal contribuyente al desarrollo integral y sostenible del país.

Innovación, tecnología, sostenibilidad, nuevos modelos de gestión y creatividad son algunas de las palancas que han impulsado el progreso desde la óptica empresarial. En consecuencia, las tendencias y necesidades de formación de



la familia profesional de *Administración y gestión* siguen esa línea de acción a corto y medio plazo:

1. **Mayor compromiso y transparencia empresarial a través de la responsabilidad social corporativa**
2. **Apoyo al emprendimiento**
3. **Apuesta por el desarrollo en la economía social**
4. **Apuesta por la externalización de servicios**
5. **Auge de las exportaciones**
6. **Aprovechamiento del Big Data**
7. **Potenciación del marketing y de la comunicación como herramientas estratégicas**
8. **Nuevas técnicas de selección y reclutamiento y potenciación de las más asentadas**

1. MAYOR COMPROMISO Y TRANSPARENCIA EMPRESARIAL A TRAVÉS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Las empresas españolas de todos los sectores y tamaños han entendido que preocuparse por la comunidad donde se desenvuelven y retribuir a la sociedad ya no es un medio de diferenciación con la competencia y de mejora de la imagen corporativa, sino una obligación para continuar en el mercado.

Los consumidores demandan que las empresas de las que son clientes estén comprometidas socialmente, hasta el

punto de que este compromiso ha empezado a influir en su decisión de compra. Es por ello que deben elaborar políticas que las conviertan en corporaciones responsables de forma transversal, es decir, involucrando a todos los miembros de la empresa e integrando estas políticas en la cultura empresarial.

Por otro lado, la responsabilidad social corporativa está compuesta por otro elemento que resulta crucial, y es el gobierno corporativo. El compromiso social y las buenas prácticas deben adoptarse como un modelo de gestión y no como un código de ética, de forma que se eliminen los vicios y las malas prácticas en el mundo empresarial y todas las organizaciones desarrollen su negocio responsablemente causando una repercusión positiva a todos sus grupos de interés.

Adicionalmente, la responsabilidad social corporativa ha adquirido mayor relevancia dada la desconfianza que subsiste entre los inversores como consecuencia de las situaciones acaecidas en el pasado y que dieron origen a la crisis financiera global. En este sentido, la Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV), al hilo de la modificación de la Ley de Sociedades de Capital, presentó el nuevo código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas basado en una serie de recomendaciones sujetas al principio de “cumplir o explicar” con el objetivo de que las sociedades cotizadas expliquen en un informe de carácter anual el grado de seguimiento de las recomendaciones de gobierno corporativo o la razón de su falta de cumplimiento. Este código persigue

fomentar mayor confianza en la gestión e información que las empresas exponen al mercado. Además, pretende elevar la exigencia de las pautas de transparencia para reforzar la confianza de los inversores y, también, impulsar la eficiencia y la creación de valor en la sociedad. En la página siguiente se recogen las claves para el buen gobierno corporativo para las sociedades cotizadas según la CNMV.

Para la correcta implantación de las buenas prácticas corporativas es necesario contar con una plantilla que posea conocimientos técnicos en las siguientes áreas:

- Finanzas.
- Administración de empresas.
- Herramientas de administración (SAP, ORACLE y CQL).
- Prevención de blanqueo de capitales.
- Gestión analítica



<http://bit.ly/2acd67Q>

CLAVES PARA EL BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

PRINCIPALES RECOMENDACIONES DEL CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO DE LAS SOCIEDADES COTIZADAS DE LA CNMV

JUNTA GENERAL

- Retransmisión en directo por internet.
- Publicación previa de los puntos del orden del día propuestos por los accionistas (> 3% de capital)
- Publicación de nuevos informes: independencia del auditor, funcionamiento de las comisiones de auditoría y nombramientos y retribuciones, operaciones vinculadas, responsabilidad social corporativa.
- Información por parte del presidente de los incumplimientos de las recomendaciones y los motivos.
- Transparencia en la política de primas a la asistencia a la junta.

CONSEJO

- Independientes: mínimo el 50%. Porcentaje de dominicales proporcional al capital. Objetivo de 30% de mujeres en 2020.
- El consejero deja de tener carácter de independiente tras 12 años.
- Asesoramiento para el cumplimiento de sus funciones.
- Comisión ejecutiva con una composición simétrica al consejo.
- El presidente organiza la evaluación periódica del consejo y del primer ejecutivo.
- El consejo evalúa una vez al año sobre calidad y eficiencia de funcionamiento, comisiones, diversidad de composición y competencias, desempeño del presidente y primer ejecutivo, desempeño y apartación de cada consejero. Cada tres años será auxiliado por un externo independiente. El proceso y las áreas serán descriptas en el IAGC.
- Actas a disposición de todas las comisiones.

CUANDO EL PRESIDENTE Y EL CEO COINCIDAN

- Se debe nombrar un consejero coordinador. Además de las establecidas por LSC, mantiene contactos con inversores y accionistas y prepara el plan de sucesión del presidente, entre otras tareas.

CÓDIGOS DE BUEN GOBIERNO PUBLICADOS EN ESPAÑA

AÑO	INFORME
1998	Informe OLIVENCIA
2003	Informe ALDAMA
2006	Código COMIHE
2015	Código RODRÍGUEZ

COMISIONES

- ### COMISIÓN DE AUDITORÍA
- Compuesta por consejeros no ejecutivos y mayoría en todo caso de independientes.
 - Presidente, un independiente con conocimientos. Mandatos improrrogables de 4 años.
 - Función de auditor interno dependiente de la comisión.
 - Informa previamente de las operaciones corporativas.
- ### Función de control de riesgos
- Debe establecerse para llevar a cabo la supervisión de la política y control de riesgos. Elaborar mapa de riesgos, apetito, medidas, etc. reportando directamente a la comisión de auditoría.
- ### Políticas, entre otras:
- Sobre comunicación con inversores y accionistas.
 - Sobre riesgos
- ### Sobre responsabilidad social corporativa
- Reglas para dimitir en el caso de perjuicio en el crédito y reputación.
 - Normas sobre la dedicación de los consejeros (número máximo de pertenencia a consejos)

OTRAS

- ### RESPONSABILIDADES QUE DEBEN SER ATRIBUIDAS A COMISIONES
- Observación de códigos de conducta.
 - Estrategias de comunicación con accionistas e inversores.
 - Política de RSC, diversidad e información no financiera.
 - Riesgos no financieros y relaciones con grupos de interés.
- ### RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- Elaboración de objetivos, estrategia, prácticas, métodos, mecanismos de supervisión, canales y prácticas de comunicación responsable.
 - Informe de avance en el informe de gestión o independiente.
- ### REMUNERACIONES
- Componentes variables de la remuneración vinculados a criterios predefinidos y medibles. Diferidos por un periodo mínimo de tiempo.
 - Sistema de remuneración diferente para los externos.
 - Retrocesión de remuneraciones indebidamente.
 - Límite de indemnizaciones a 2 veces salario y congelación por 3 años.
 - Informe anual a la junta, votación con carácter consultivo (legislación con carácter vinculante cada tres años)



Fuente: "El nuevo gobierno corporativo. Análisis de los principios y recomendaciones del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas". KPMG. 2015.



2. APOYO AL EMPRENDIMIENTO

La difícil situación laboral que afronta el país ha dado origen a una serie de iniciativas, muchas de ellas de carácter normativo, que a través de diferentes beneficios fiscales y administrativos fomentan el emprendimiento y la generación de empleo a nivel nacional. Dentro de este contexto, las nuevas tecnologías y los cambios en los hábitos de consumo ofrecen un abanico de posibilidades para la creación de nuevas empresas de productos y servicios. Asimismo, la innovación cobra un papel fundamental en el éxito de las start up.

Por otro lado, la globalización está permitiendo que los proyectos de emprendimiento se basen en un trabajo en equipo y la consolidación de muchas ideas que forman un conjunto. Así, los proyectos no tienen limitaciones geográficas ni en implantación ni en formas de asociación. Sobre este aspecto, merece la pena destacar la importancia de las redes sociales que han permitido el contacto entre emprendedores de todo el mundo fomentando el aprovechamiento del poder colectivo.

Adicionalmente, se han implantado nuevas vías creativas de financiación como los “Ángeles de negocios” (*business angels*) o la financiación colectiva (*crowdfunding*), que han minimizado las barreras económicas impulsando la financiación de proyectos de emprendimiento de diversa índole.

Con relación a los elevados costes empresariales, las nuevas tecnologías

permiten reducirlos mediante la automatización de procesos y la implementación de otros de mayor eficiencia. Un claro ejemplo de esta circunstancia es el comercio electrónico, a través de este canal de distribución se pueden obtener clientes a nivel global potenciando las ventas y se reducen los costes de implantarse físicamente.

Actualmente, los sectores preferidos por los emprendedores españoles para iniciar un negocio son: sostenibilidad y medio ambiente, gastronomía, nuevas tecnologías, proyectos de emprendimiento social y aquellos que brinden una experiencia al cliente. La creación de valor al cliente y la sociedad es la columna vertebral de la mayoría de los proyectos de emprendimiento, así como la idea de



<http://bit.ly/2a1D69d>

poder compartir la experiencia a nivel global, es decir, brindarle la oportunidad al cliente de disfrutar del producto o servicio y poderlo compartir con el mundo. Este último aspecto representa, además, la mejor y más económica

forma de realizar campañas de marketing.

Al hilo de esta tendencia, resulta indispensable ofrecer programas formativos sobre distintos ámbitos de la empresa como administración, gestión analítica, uso de redes sociales, procesamiento de datos, herramientas de gestión, marketing online, finanzas, logística y cadenas de suministro, por citar algunos.

El papel de los viveros de empresa es también crucial por el apoyo que brindan al emprendedor propiciando un espacio y asesoría en el desarrollo de su proyecto.

Por lo tanto, es necesario difundir la labor que realizan estas organizaciones y fomentar su creación para todos los sectores de actividad.

3. APUESTA POR EL DESARROLLO EN LA ECONOMÍA SOCIAL

La economía social está compuesta por sociedades cooperativas y otros agentes sociales (como las agencias especiales de empleo y demás sociedades laborales) que se basan en determinados principios, formando un segmento del mercado cuyos principales objetivos son el bienestar social y económico, la sostenibilidad medioambiental y el actuar como un agente normalizador de la economía.

Interviniendo en un ámbito de estrecha colaboración, es un sector que se encuentra en crecimiento y cuyos resultados están siendo satisfactoriamente positivos a nivel de empleo, estabilidad y beneficios. Los agentes de la economía social se encuentran en una situación particular que les ha obligado a ir más allá del tradicional modelo de economías de escala e impacto social. Es por ello, que desde hace algunos años han venido apostando por la innovación y el desarrollo de sus actividades, colectivos y organizaciones.

La innovación social se produce a través de acciones internas o intervenciones externas con el objetivo de mejorar el bienestar social, tanto individual como colectivo, mediante la introducción de nuevas propuestas de productos o cambios en la prestación de un determinado servicio, incluyendo acciones, iniciativas y proyectos. En consecuencia, el desarrollo y la innovación social requieren de una estrategia concebida de forma dual que implica una

consideración importante de economías de escala y una gran capacidad de adaptación y riesgo.

La economía social actúa en todos los ámbitos de la actividad económica, reproduciendo en muchos sectores casos de éxito. Concretamente en la Comunidad de Madrid conviene destacar las cooperativas agroalimentarias, que abarcan la mayor parte de la producción de aceite de oliva y vinos, y los centros especiales de empleo. Otro caso que merece la pena destacar es la cooperativa "Ropa Amiga" que se trata de una cooperativa de servicios con un impacto social y medioambiental que también



<http://bit.ly/2ag6FAn>

actúa en Cataluña y Valencia. Este proyecto consiste, por un lado, en evitar el impacto medio ambiental que se produce cuando la ropa es incinerada en los vertederos, impulsando el reciclaje de la misma y, por otro, la creación de puestos de trabajo

para colectivos con problemas de inserción laboral y social.

Este segmento de la economía actúa como un agente catalizador de empleo por lo que la mejora de los niveles de empleabilidad dependen en gran medida del desarrollo del mismo. De ahí, que surja la necesidad de contar con profesionales y expertos con habilidades y formación en competencias técnicas que impulsen el desarrollo de las diferentes entidades sociales que conformen este sector. Dentro de este contexto, se hacen evidentes las necesidades de formación en ámbitos como administración de empresas, fiscalidad, finanzas, automatización de proyectos y herramientas de gestión. Asimismo, es necesario formar a los profesionales en

habilidades más transversales, como atención al cliente, flexibilidad y trabajo en equipo.

4. APUESTA POR LA EXTERNALIZACIÓN DE SERVICIOS

En el universo empresarial son muchos los procesos y operaciones que deben realizar las empresas; sin embargo, no todos ellos crean valor ni para el cliente externo ni para el interno, es por ello que las empresas externalizan ciertas actividades a través de los centros de servicios compartidos. De esta forma, se produce un ahorro en costes, una mejora en la calidad del servicio, un aumento del control interno y se evita el duplicado de operaciones administrativas en diferentes departamentos de la organización. Esto da lugar a que las organizaciones se centren en las actividades que aportan valor y, a su vez, es una fuente de generación de empleo para perfiles no universitarios.

Son muchos los servicios que pueden ser objeto de externalización como, por ejemplo, recursos humanos, cuentas de viaje, nóminas y atención al cliente. Sobre este último punto, ha surgido una nueva era en los servicios de *call centers* que prestan apoyo a las empresas en distintas áreas, simplificando procesos según las necesidades de cada unidad de negocio. Actualmente, este tipo de servicio son un verdadero motor de empleo¹, en la medida en que contratan perfiles administrativos para la gestión de los centros y el diseño de productos/servicios, así como operadores

(perfiles de menor cualificación) que se encargan de llevar a cabo las tareas de soporte como llamadas a cliente o telemarketing, entre otras.

Estas organizaciones <http://bit.ly/2aAVOG4>



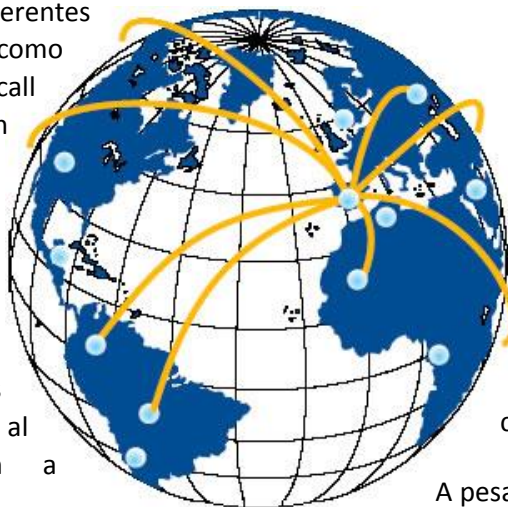
ofrecen oportunidades de empleo a jóvenes estudiantes y desempleados de larga duración; además colaboran con fundaciones, asociaciones y ONG para impartir cursos a personas con capacidades diferentes y en riesgo de exclusión social, fomentando su desarrollo profesional y su inserción en el mercado laboral.

Dentro de este contexto, existen otro tipo de empresas de servicios compartidos que están presentando una demanda muy fuerte y que se prevé, se mantenga como tendencia. Es el caso de aquellas que se dedican a prestar servicios de operaciones auxiliares tales como la digitalización documental y gestión de bases de datos. Estos servicios actúan como palanca de empleo para las empresas que los prestan y para las firmas de consultoría. Asimismo, representan una oportunidad de empleo para los *trabajadores autónomos económicamente dependientes* (TRADE), es decir, para aquellos que trabajan prácticamente en exclusiva para un solo cliente o empresa. Este régimen de trabajadores encuentra oportunidades en el desarrollo de actividades auxiliares a las empresas como las antes mencionadas, por lo que la tendencia a la externalización de servicios

¹ La oferta de empleo a nivel nacional de uno de los principales operadores ascendió a varios miles de puestos de trabajo en 2014. La mayor parte de la oferta, alrededor del 60-70%, se concentra en la Comunidad de Madrid.

de convierte en una palanca de empleo para este colectivo.

Los centros de servicios compartidos demandan perfiles de diferentes niveles y competencias como los operadores de call center, pero son de gran relevancia los requerimientos en habilidades transversales, sobre todo, las habilidades en comunicación, trabajo en equipo, herramientas de venta, atención al cliente y orientación a resultados.



<http://bit.ly/2aj1t0w>

○ La bajada de los precios del petróleo a mínimos históricos.

○ La depreciación del euro frente al dólar y otras divisas emergentes.

Ambos factores han influido en la disminución del precio final de los productos españoles en el extranjero, ya que han provocado, entre otros, un abaratamiento de los costes logísticos.

A pesar de que estas cuestiones aumentan la competitividad internacional de las empresas españolas, el éxito de las exportaciones no depende únicamente del precio.

Con relación a las competencias técnicas, se demandan las siguientes:

- Idiomas.
- Manejo de redes sociales.
- Conocimiento de ofimática.
- Conocimiento en el uso de las tecnologías de la información y comunicación.
- Automatización de procesos.
- Administración de empresas.
- Minería de datos/Gestión analítica (Big data).

Existen otros factores que repercuten directamente sobre el nivel de competitividad a nivel global: la financiación, planificación fiscal, inversión en I+D+i, diseño de los productos, imagen de marca, estrategias de comunicación, logística, recursos humanos y alianzas estratégicas. Es por ello que se debe desarrollar una estrategia a futuro con un enfoque estructural para que el cambio de las condiciones no destruya el mercado.

Así pues, las empresas han de contar con una base financiera y un programa económico proyectado para adentrarse en la venta de bienes en el extranjero, contemplando planes de inteligencia económica para anticiparse a las decisiones de sus competidores y reducir riesgos.

5. AUGA DE LAS EXPORTACIONES

Las exportaciones de bienes españoles se encuentran en un buen momento. Este segmento se ha visto favorecido por:

Las opciones de exportación son viables incluso para las pymes, que desde el año pasado presentan síntomas de recuperación económica.

Dentro de este contexto y para impulsar esta tendencia, se evidencian necesidades de formación en áreas claves como:

- Idiomas.
- Herramientas de administración (SAP, ORACLE y CQL).
- Finanzas.
- Gestión analítica.
- Administración de empresas.
- Fiscalidad.

6. APROVECHAMIENTO DE BIG DATA

Los datos, que provienen tanto de información interna originada en la propia empresa como de fuentes externas, se generan de forma masiva y se presentan en distintos formatos, haciendo difícil su tratamiento y comprensión, al consumir esta tarea, importantes recursos económicos, temporales y personales. Por ello las empresas recurren al Big Data, de forma que el procesamiento de los datos provenientes de las diferentes fuentes pueda realizarse de forma eficaz y eficiente, ya que constituyen una verdadera fuente creadora de ventajas competitivas.

El análisis masivo de datos resulta útil en todos los sectores de actividad, y en el caso concreto de la familia profesional de *Administración y gestión* está penetrando en los servicios financieros y de seguros.

En estos segmentos es clave analizar los hábitos del cliente, así como detectar los patrones de fraude y hacer el seguimiento de la gestión interna empresarial. El Big Data es una herramienta útil que permite mejorar procesos y favorece una toma de decisiones acertada.

Este tipo de soluciones representan una palanca de empleo masivo, pues generan trabajo tanto para perfiles desarrolladores de las herramientas como para los especialistas en el conocimiento del negocio. Así pues hay oportunidades de empleo para trabajadores con conocimientos técnicos en minería de datos y gestión analítica. También para:

- Analistas de datos.
- Administrativos con conocimiento en el uso de aplicaciones y análisis.

7. POTENCIACIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS

El marketing y la comunicación son elementos fundamentales para que una organización logre el posicionamiento deseado en un determinado mercado. Es una función que se ha convertido, durante la última década, en estratégica y vital para las empresas, dado que aporta importantes ventajas competitivas. Su versatilidad es tal que sirve como plataforma para promocionar productos y servicios, lanzar



<http://bit.ly/2baPqE7>

los programas de fidelización y resaltar el atractivo de una empresa como posible empleador, entre otros objetivos organizativos.

En el marco de esta tendencia, es importante destacar que una estrategia de marketing y comunicación requiere de un análisis previo de las necesidades del consumidor y de los canales que están a disposición de la empresa para tener un contacto más directo y masivo con el cliente; por lo tanto, la elección del mensaje, el público objetivo y el medio de comunicación que se utiliza resulta crucial.

<http://bit.ly/2aOQpIj>

En este sentido, las redes sociales y el marketing online han resultado ser un arma muy poderosa para la captación y fidelización de clientes; por ende, es un elemento clave para interactuar con ellos. En consecuencia, la buena gestión de la comunidad social es de carácter estratégico pues incide directamente en la mejora de la visibilidad de la empresa en la red. Esto evidencia la necesidad de que toda organización cuente con perfiles profesionales cualificados en este ámbito.

Entre las competencias técnicas se requiere conocimiento de idiomas, redes sociales y marketing online.

8. NUEVAS TÉCNICAS DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO, Y POTENCIACIÓN DE LAS MÁS ASENTADAS

Las nuevas tecnologías de la información han dado origen a nuevas vías de reclutamiento y selección de trabajadores; vías, que han facilitado el desarrollo de estos procesos en la medida en que permiten un contacto más directo y ágil entre empresa y trabajador, lo cual favorece a su vez a todo el entorno laboral.

Por un lado, la empresa tiene información más transparente y mayor número de candidatos para evaluar sus competencias y, por el otro, los trabajadores tienen una plataforma extensa y disponible para crear un perfil en la red que les permite mostrarse al mundo laboral y ser visible para los reclutadores, aumentando así sus posibilidades de contratación. La tendencia actual deja atrás los modelos tradicionales de reclutamiento para aprovecharse de las ventajas que ofrece la tecnología en este ámbito. Así, se han detectado las siguientes vías de contratación:

Redes sociales. La tecnología ha brindado soluciones tanto a empresas como a trabajadores en la búsqueda de empleo, propiciando un entorno de búsqueda activa donde ambas partes se involucran desde el inicio del proceso.

A través de las redes sociales las empresas pueden identificar y reclutar talentos mediante la publicación de ofertas atractivas de empleo; por su parte los trabajadores pueden llevar a cabo acciones para promocionar sus perfiles profesionales, habilidades y atraer la atención de las empresas.

Entre las redes sociales más utilizadas para estos fines se encuentran LinkedIn, Facebook y Twitter.



Portales de empleo. Se trata de plataformas de empleo de naturaleza pública y privada, que representan una de las principales vías tanto de reclutamiento de perfiles como de búsqueda de empleo, siendo por ello considerados como una de las modalidades más eficientes.

En este sentido, las empresas reclutadoras valoran la inmediatez de la respuesta, así como la posibilidad de búsqueda masiva de perfiles; por su parte, los demandantes de empleo consideran que la eficacia de esta vía se debe a la posibilidad de acceder a un gran número de ofertas especializadas. Tanto las redes sociales como los portales de empleo generan oportunidades laborales para perfiles tecnológicos como el de creador de productos digitales (pertenece a la familia profesional de informática y comunicaciones).

Otra modalidad muy destacable de consultoría en recursos humanos es el de las **empresas de trabajo temporal** (E.T.T.). Con implantación en el sector desde hace tiempo, se encargan de reclutar perfiles para contratos de duración determinada en diferentes sectores.

Señalar también el papel de las consultoras especializadas en cazar talentos, “**head hunting**”, las cuales se dedican a buscar perfiles con un nivel de cualificación elevado para relaciones laborales estables, tanto en España como en el extranjero.

Ambas actúan como partner de recursos humanos de sus clientes brindando soluciones de talento y trabajo de garantía.



<http://bit.ly/2aNrYvs>

Conclusiones sobre el desarrollo de la Formación para el Empleo en esta Familia profesional

- Se considera especialmente necesario implantar planes de formación sobre gestión del capital humano para mandos medios y directivos, pues se está produciendo una importante fuga de talentos a nivel nacional que evidencia la necesidad de que las empresas tengan conocimientos sobre políticas de recursos humanos que le permitan competir con los empleadores internacionales.
- Es indispensable impartir formación en idiomas, principalmente el inglés, a nivel de conversación, gestión empresarial y lenguaje técnico, dada la tendencia a la internacionalización de pequeñas y grandes empresas que da origen a altos índices de movilidad laboral a destinos extranjeros.
- Se hace especial énfasis en la importancia de que las acciones formativas permitan desarrollar habilidades transversales para el trabajo. Entre las más demandadas por los agentes del sector conviene destacar la flexibilidad, movilidad geográfica, compromiso, polivalencia, multiculturalidad, trabajo en equipo, motivación y habilidades de comunicación. Adicionalmente, se demandan habilidades y conocimientos de tecnologías colaborativas, para trabajar en un ambiente global y multicultural.
- Los agentes del sector hacen especial hincapié en la eficacia con la que se priorizan las actividades formación, las cuales se determinan en virtud de las oportunidades de empleo que existen a corto y medio plazo. En este sentido, consideran que se deben continuar diseñando itinerarios formativos coherentes y homogéneos que permitan unificar el proceso de formación de los trabajadores, potenciando el desarrollo de competencias para el trabajo.
- Se recomienda el impulso de programas de reorientación profesional, pues existe un desconocimiento general sobre las oportunidades de empleo que se presentan en la Comunidad de Madrid y las sinergias que existen entre puestos de trabajo de distintas familias profesionales.
- Es igualmente importante el desarrollo de programas formativos para personas con capacidades diferentes con el objetivo de fomentar la inserción en el mercado laboral. El foco de estas acciones debe ser el desarrollo de habilidades que aportan valor a la empresa.
- Se recomienda que los planes formativos sean diseñados de forma que sean compatibles con la carga de trabajo y puedan cursarse dentro del horario laboral.
- Se recomienda que la formación se diseñe en virtud de las competencias y habilidades que requiere cada puesto de trabajo.



PERFILES MÁS DEMANDADOS Y NECESIDADES DE FORMACIÓN

A modo de resumen se listan en la siguiente tabla los perfiles profesionales y las competencias, tanto técnicas como transversales, más destacadas.

NECESIDADES DE FORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de administración (SAP, ORACLE y CQL) • Gestión analítica • Transporte e infraestructuras • Cadenas de suministro • Fiscalidad • Consultoría tecnológica

PERFILES PROFESIONALES POR ÁREA PROFESIONAL	
Gestión de la información y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de comunidad y redes sociales (Community manager) • Gerente de producto (Product manager) • Gestor de documentación • Analista de datos • Administrativo con conocimiento en el uso de aplicaciones y análisis y gestión de datos
Administración y auditoría	<ul style="list-style-type: none"> • Asesor en internacionalización de empresas • Consultor/asesor multidisciplinar (especialista en la asesoría en distintos ámbitos, soluciones, sectores o productos) • Ingeniero técnico • Auditor



COMPETENCIAS	
Competencias transversales	<ul style="list-style-type: none">• Atención al cliente• Trabajo en equipo• Flexibilidad/movilidad• Técnicas de comunicación• Disponibilidad para la realización de proyectos internacionales• Orientación a resultados• Compromiso• Motivación
Competencias técnicas	<ul style="list-style-type: none">• Idiomas• Manejo de redes sociales• Tecnología móvil• Marketing online• Conocimiento de ofimática• Conocimiento en el uso de las nuevas tecnologías• Prevención de blanqueo de capitales• Minería de datos (Big Data)• Finanzas• Automatización de procesos• Administración de empresas• Proceso de internacionalización



El **Proyecto Monitor de Empleo** se plantea como una investigación rigurosa, sistemática y global del mercado de trabajo de la Comunidad de Madrid. La utilización de técnicas, tanto cualitativas como cuantitativas, y el análisis de diversas fuentes secundarias y primarias que informan el mercado laboral de la Región, permitirán mejorar la toma de decisiones de políticas activas, adaptándolas a las necesidades reales del mercado laboral.

El objetivo del estudio es realizar una investigación cualitativa, basada en técnicas DAFO y Delphi, para determinar las prioridades de Formación para el Empleo en la Comunidad de Madrid en cada una de las Familias Profesionales y sus Áreas Formativas. Para la determinación de dichas necesidades de formación, el estudio ha abarcado todas las actividades económicas con un análisis en profundidad del escenario empresarial y del mercado laboral desde la óptica de las principales asociaciones sectoriales, empresarios y especialistas en recursos humanos. El estudio ha contado con una elevada representación, con más de 200 participantes en los talleres de trabajo presenciales y más de 400 en cuestionarios Delphi sectoriales. Todo con la finalidad de detectar necesidades de cualificación de los trabajadores ocupados y desempleados, debidas, tanto a desajustes entre la oferta y la demanda de las competencias profesionales, como a la aparición de nuevos perfiles profesionales o a nichos de mercado generadores de empleo.



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro



Comunidad de Madrid

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA,
EMPLEO Y HACIENDA

Dirección General del Servicio Público de Empleo