



silicon 

**Las
Motivaciones Profesionales
de los Nuevos
Perfiles Digitales.**



1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Este estudio está basado en la nueva y futura generación de perfiles digitales: jóvenes que han crecido en un entorno de mucha interacción con las nuevas tecnologías, internet y las redes sociales. Los objetivos de este estudio son:

Conocer, Dimensionar, Comprender y Definir

01

CONOCER

Dar a conocer la situación y la importancia que tienen los nuevos perfiles digitales en el mercado.

02

DIMENSIONAR

Entender el impacto que las empresas tienen en la vida de los nuevos perfiles digitales, cuales son los principales elementos motivadores y desmotivadores de las mismas.

03

COMPRENDER

Comprender las aspiraciones y preferencias laborales que tienen, como elementos de retención en una empresa.

04

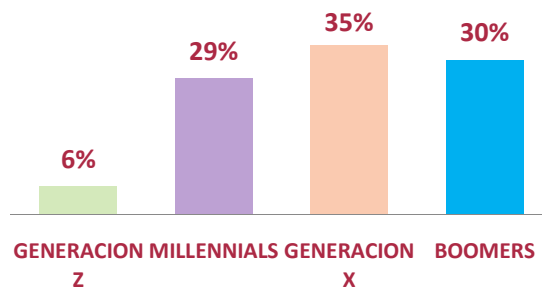
DEFINIR

Definir aplicaciones útiles en las empresas para la atracción y retención de esta Generación.



2. QUIENES SON Y SU IMPORTANCIA EN EL MERCADO LABORAL

Impacto laboral en el mercado



Generación Z

De los 15 a los 20 años.

1996-2009

Fusión con el mundo digital, se mueven incluso desde cinco pantallas a la vez.

Grupo acostumbrado a la inmediatez y autoformación online.

Aprende a través de tutoriales en la Red, leen libros de texto en tabletas y trabajan con sus compañeros de clase vía Internet.

Crear sus propios canales en YouTube y videoblogs personales.

Usuarios:      



Millennials

De los 21 a los 35 años.

1980-1995

Primeros en explorar las redes sociales.

Uso constante de los teléfonos inteligentes, y las redes sociales.

Sus compras están muy vinculadas a las redes sociales.

Ven la tele, en otras pantallas como las del PC, el teléfono móvil o la tableta.

Usuarios:   

2. QUIENES SON Y SU IMPORTANCIA EN EL MERCADO LABORAL



Generación X

De los 35 a los 49 años.

1965-1980

Primeros en dominar ofimática.

.....
Generación que vivió el aterrizaje del PC en el hogar, la explosión de los videojuegos, la tele por cable y vía satélite, la llegada de Internet y el correo electrónico.
.....

.....
Primeros en experimentar la movilidad gracias a el intercambio de mensajes.

Usuarios:   



Boomers

De los 50 a los 64 años.

1946-1965

Posteriores a la segunda guerra mundial. Generación de creencias conservadoras, profesionales y más preocupados por la cultura.

.....
Conocen las redes sociales y hacen pequeño uso de ellas.

Usuarios: 

Otras características de las generaciones digitales



Son usuarios de varias redes sociales. Altamente conectados.



Ocupan el 32.8% de la población en el mundo.



Gran manejo de nuevos dispositivos digitales y de la información.



Antes del 2020 dos tercios de ellos piensan en cambiar de empresa.



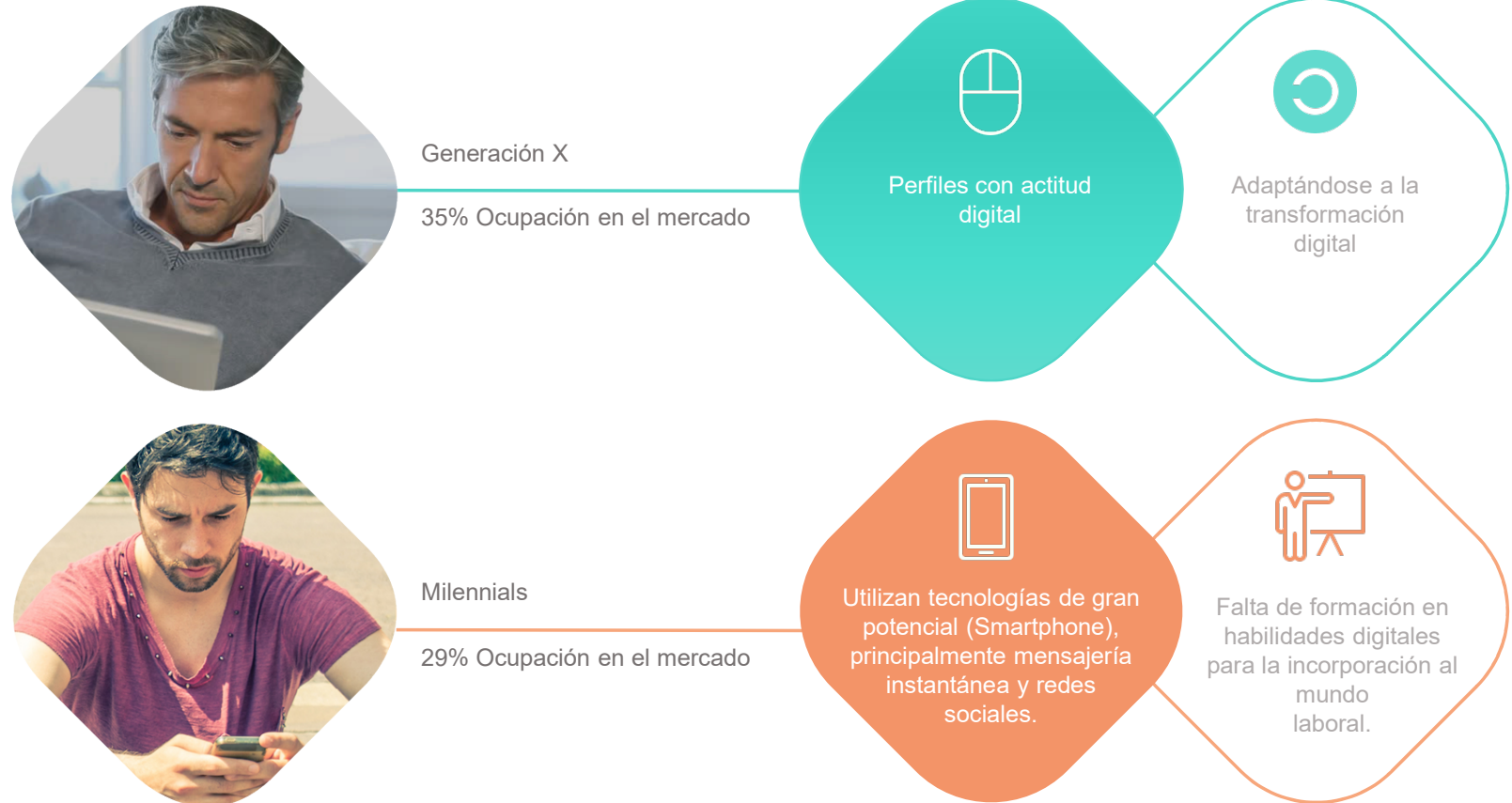
Partidarios de la flexibilidad en el trabajo y que la empresa comparta sus valores.



En 2025 representarán el 75% de la fuerza laboral del mundo.

2. QUIENES SON Y SU IMPORTANCIA EN EL MERCADO LABORAL

2. QUIENES SON Y SU IMPORTANCIA EN EL MERCADO LABORAL



Dificultades profesionales de las “*Generaciones X y Millennials*”



3. RETOS PARA LA CONTRATACIÓN DE PERFILES PROFESIONALES DIGITALES.

Antes, las empresas buscaban al profesional formado y se ofrecía compensación económica.

Ahora, se busca al profesional con capacidad de formarse rápidamente y adaptación a nuevos puestos sin antecedentes en la organización empresarial tradicional.

¿Qué competencias y perfiles son los más buscados por las empresas?

COMPETENCIAS

1. Conocimiento Digital
2. Gestión de la información
3. Comunicación Digital
4. Trabajo en Red
5. Aprendizaje continuo
6. Visión estratégica
7. Liderazgo en red
8. Orientación al cliente

PERFILES

1. Data Science
2. Arquitecto Big Data
3. Editor de contenidos
4. Especialista SEO/SEM
5. Experto en Analítica Web
6. Community Manager
7. Director de Marketing

3. RETOS PARA LA CONTRATACIÓN DE PERFILES PROFESIONALES DIGITALES.



“En 2017 más del 50% del gasto en Tecnologías de la Información (TI) será para nuevas tecnologías (cloud, móviles, Big Data, etc.) y en 2020, alrededor del 50% de los presupuestos de TI estarán destinados a iniciativas de transformación digital”.

Estudio RocaSalvatella. “Cultura digital y transformación en las organizaciones”. Informe “Situación del mercado laboral” Infojobs y ESADE 2015. Estudio IDC 2017

Este es el análisis que hemos hecho sobre la situación en la que se encuentra el mercado:

3. RETOS PARA LA CONTRATACIÓN DE PERFILES PROFESIONALES DIGITALES.





4. FICHA TECNICA DEL ESTUDIO.

A quién nos dirigimos

La encuesta se realizó a trabajadores con un perfil profesional digital. Los perfiles digitales pertenecían al sector del Marketing y publicidad, de 27 empresas en total. Estas empresas eran agencias de medios digitales, o departamentos de Marketing de grandes empresas.

157 personas tenían un perfil Junior,
102 tenían un perfil técnico-intermedio,
y 115 tenían un perfil Senior.

4. FICHA TECNICA DEL ESTUDIO.



Procedimiento

La encuesta se envió mediante correo electrónico a través de un Link, al que podían ir contestando según accedían, asegurando la total confidencialidad de la encuesta.

Ámbito Geográfico	52% Madrid, 31% Barcelona y 17% otros.
Proceso de muestreo	Muestreo aleatorio por conglomerados.
Número de participantes	374
Sexo	64% Mujeres y 36% Hombres
Edad media	33,2 años
Cuestionarios válidos	352
Error	4%
Nivel de confianza	96%



5. RESULTADOS DEL ESTUDIO

Motivaciones digitales en las aspiraciones laborales de los trabajadores.

RANKING DE RESULTADOS

1.
Salario
e Incentivos

24.50 %

Política de Bonus,
pagas extras,
aumento de salario,
gratificaciones
extraordinarias, horas
extras.

2.
Conciliación
vida laboral
y familiar

18.36 %

Flexibilidad en los
horarios laborales,
trabajar uno o
varios días desde
casa, libre uso de
internet, bajas
maternales/paternales
más largas,
bajas IT salario al
100%, permisos
retribuidos.

3.
Formación

15.32 %

Formación en:
cultura y
valores de la
empresa,
conocimiento
digital, del
propio puesto
de trabajo,
cursos
externos etc.

4.
Valores
personales

12.75 %

Jerarquía
empresarial,
innovación,
marca de
empresa y
reputación,
desarrollo
profesional,
transparencia
empresa, clima
laboral,
transformación
digital etc..

5.
Remuneración
en especie

10,2 %

Seguro médico,
tickets comida,
guardería,
gimnasio,
descuentos en
supermercados,
planes de
jubilación,
rénting de coche,
plus transporte;
cheques de
transporte
etc.

6.
Comunicación

9.80 %

Estructuras poco
jerárquicas,
comunicación
2.0, reuniones
virtuales,
transparencia
etc.

7.
Dispositivos
tecnológicos

9.07 %

Equipo
informático
completo,
portátil,
smatphone,
tableta,
formación
en el uso de
las nuevas
tecnologías,
información
digitalizada.

5. RESULTADOS DEL ESTUDIO

CONCLUSIONES

Las preferencias / motivaciones de los perfiles digitales son:



El salario es lo más valorado en un 94% mayormente entre perfiles de 23 a 29 años de edad y en un 90% sobretodo entre los 30-35 años.



La flexibilidad de horarios y la posibilidad de trabajar algún día desde casa es lo más valorado por el 88% de los participantes.



Un 60% de los participantes desean tener un desarrollo profesional dentro de la empresa.



Se prefiere obtener tickets comida en un 53% entre 23-28 años de edad a un plan de jubilación.



Un 50% de los participantes prefieren estructuras poco jerárquicas en la empresa.



El salario en especie más demandado en un 45% es el seguro médico y el plus transporte frente a los tickets comida y guarderías.



La ampliación de las bajas maternales/paternales, se quedan en una valoración de 9.68% tanto en hombres como en mujeres.



Un 9.68% prefieren formación en conocimientos digitales a aprender un idioma.

Principales elementos que a los trabajadores les atraen de la oferta laboral.



6. Herramientas de trabajo de última generación



5. Reconocimiento del trabajo bien hecho



4. Formación constante



3. Independencia en sus tareas.



2. Balance entre la vida laboral y profesional



1. Salario

*“El 90% de Millennials consideran que merecen trabajar en lo que siempre han soñado y el 50% prefieren **no tener empleo, antes que tener uno que odien o que no sea afín con sus gustos e intereses**”.*

ncm(MTV)

7. APLICACIONES DEL ESTUDIO: “Decálogo de las buenas prácticas de la selección de profesionales de perfil digital”.

Es necesario redefinir el modo en que vivimos y trabajamos. Es imprescindible redefinir como seleccionar el talento, motivarle y desarrollarle adecuadamente.

1. La empresa.

Cambio del modelo de selección.

Hasta ahora, las compañías para seleccionar profesionales se basaban en la formación y en la experiencia de los candidatos. Ahora las compañías deben basar su selección en el potencial, la personalidad y la motivación de los candidatos.

2. Los candidatos.

Un candidato de más de 18 años es un adulto.

No se deben tratar los candidatos jóvenes como a personas inmaduras, con paternalismo y condescendencia.

A los candidatos jóvenes hay que motivarles, explicarles lo que se requiere de ellos, sus posibilidades y su plan de carrera, por supuesto exigirles, promocionarles o prescindir de ellos como a cualquier otro profesional.

3. La fidelidad.

La fidelidad hay que conseguirla.

Los nuevos candidatos serán fieles si se les muestra lo que queremos de ellos y se les prepara una correcta carrera profesional, con expectativas realistas para su futuro.

4. La seguridad del puesto.

La seguridad del puesto es más importante de lo que creemos

La seguridad del puesto para un nuevo profesional es más importante de lo que se cree, hay que transmitir respeto a la vida privada y seguridad en la carrera profesional y en el puesto de trabajo.

5. La edad no importa.

El crecimiento profesional no es cuestión de años.

Hay que seleccionar y promocionar a los mejores independientemente de la edad, se deben conseguir equipos con diversas edades y experiencia, con el fin de combinar experiencia y nueva visión.



7. APLICACIONES DEL ESTUDIO: “Decálogo de las buenas prácticas de la selección de profesionales de perfil digital”.

6. Formar adecuadamente.

La formación es la base de un profesional competente.

Los jóvenes profesionales llevan consigo el haber crecido con las nuevas tecnologías, pero ello no significa que sepan sacar el máximo rendimiento de ellas, hay que formarles en el uso de la tecnología y en la comunicación profesional con sus compañeros.

7. No todos son iguales.

La diversidad consigue sinergias insospechadas.

Hay que mantener un contacto continuado, preguntando, evaluando y motivando para que cada nuevo profesional se desarrolle adecuadamente en sus funciones iniciales o cambie de funciones, intentando crear equipos multitarea que se complementen y se enriquezcan intelectualmente en la diversidad.

8. Se amable.

La educación en el trato y el respeto a las ideas es vital para el desarrollo de un ambiente profesional saludable.

Los nuevos profesionales son educados, cualquier relación con los profesionales de la empresa, sean nuevos o con experiencia, debe ser entendida bajo el respeto personal y profesional.

La igualdad de oportunidades y la no discriminación deben ser aplicadas en todos los ambientes de la empresa.

9. Conciliación

El salario no lo es todo.

Crea un plan conciliador del trabajo con la vida familiar. Los Perfiles Digitales reclaman flexibilidad para trabajar en el momento que ellos quieren hacerlo. Trabajar desde casa un día a la semana, horarios flexibles, los viernes tarde libre etc.

10. Usuarios altamente conectados.

El buen uso de las redes sociales es vital en el aprovechamiento del tiempo.

Los jóvenes profesionales son nativos digitales, usuarios de varias redes sociales y que están permanentemente conectados. Desarrollar procedimientos para el uso de las redes sociales de forma profesional, no impidas que las utilicen. Concédeles autonomía y céntrate en los resultados.



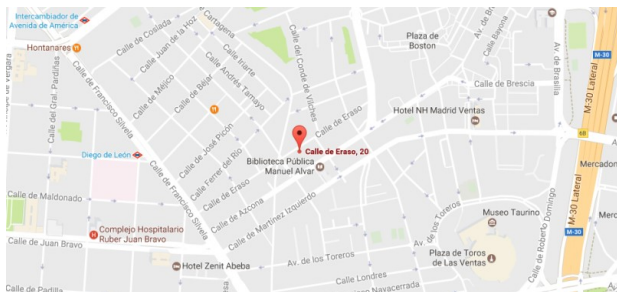
CONTACTO SILICON HR MADRID

Estamos encantados de recibirle o hablar en:

Madrid:

📍 Calle Eraso, 20, 28028

📞 Tel. 91 275 65 55

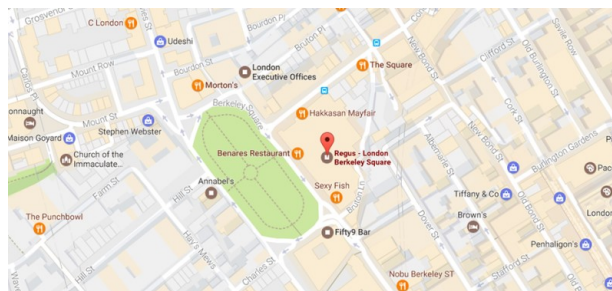


Reino Unido:

📍 Berkeley Square House, 2nd Floor

📍 Berkeley Square. London W1J 6BD

📞 Tel. 91 275 65 55



The background of the slide is a photograph of a workspace, including a laptop, a spiral notebook, a smartphone, and a pen, all resting on a textured surface. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

silicon



GRACIAS

Tel: 91 275 65 55

Web: siliconhr.com

Contacto: arantxa.cortes@siliconhr.com
