

# <ISDICRM>

A SALESFORCE JOINT VENTURE  
TO TRAIN THE TRAILBLAZERS OF TOMORROW



LA TECNOLOGÍA COMO  
MOTOR DEL EMPLEO 4.0

# Índice

<b>Introducción</b> .....	<3>
<b>Objetivos</b> .....	<4>
<b>El impacto de la Economía en Salesforce</b> .....	<5 - 10>
<b>New Digital Skills</b> .....	<11 - 14>
<b>Empleabilidad y Mercado</b> .....	<15 - 18>
<b>Mesa Redonda</b> .....	<19 - 26>
Impacto en la tecnología y medidas para el cambio .....	<21 - 22>
¿Cuál fue el gran aprendizaje de los últimos años? .....	<23 - 24>
Conceptos clave .....	<25 - 26>
Agradecimientos .....	<27>
ISDI & Salesforce .....	<28>
ISDI CRM en Prensa .....	<29>



## INTRODUCCION

En la última década, la Transformación Digital ha recibido gran parte de la atención por parte de todo tipo de empresas, desde la más grande a la más pequeña. Ahora bien, esta transformación ha ocasionado una nueva demanda de perfiles laborales muy novedosos y todo apunta a que esta tendencia será la norma en los próximos años. De hecho, Randstad, en su estudio Talent Trends, apunta que el 85% de los trabajos que habrá en 2030 ni siquiera se han inventado todavía.

**El pasado 5 de febrero**, en el evento denominado La tecnología como motor del empleo 4.0, ISDI recibió a numerosos profesionales y estudiantes para escuchar las ponencias de Jorge Villabona, General Manager de [ISDI CRM](#), Enrique Polo, Spain Country Leader de [Salesforce](#) y Fátima Gallo, Head of Talent de [ISDI](#). Finalmente, una mesa redonda cerró este ciclo, con importantes insights de expertos del sector, así como preguntas del público asistente.

Las dos claves esenciales que aquí se trataron son fruto de un indisoluble matrimonio **entre formación y tecnología**. Las compañías más innovadoras aplican nueva tecnología para lo que necesitan nuevo talento obtenido de centros punteros y, a la vez, aportar esos conocimientos a la plantilla existente.

Recientemente, ISDI anunció una colaboración con Salesforce, gigante de la computación en la Nube y los servicios IT, que tiene como fruto la joint-venture [ISDI CRM](#). Según la consultora IDC, Salesforce está creando un imparable impacto económico, que se traducirá en **4,2 millones** de nuevos puestos de trabajo en todo el mundo en el período **2019-2024**.



## OBJETIVOS

¿Cómo impactará la tecnología en la evolución del mercado laboral 4.0?

¿Cómo influirá esta evolución en las nuevas oportunidades laborales?

¿Cuáles son las skills imprescindibles para el cambio?

¿Cómo se preparan las organizaciones para esta revolución?



**Jorge Villabona**  
General Manager  
de ISDI CRM

< **ISDICRM** >



**Fátima Gallo**  
Head of Talent  
de ISDI

< **ISDI** >



**Enrique Polo**  
Spain Country Leader  
de Salesforce



## EL IMPACTO DE LA ECONOMÍA SALESFORCE

*Enrique Polo de Lara,  
Senior Vice President & Iberia Country Leader*

El avance de la Cuarta Revolución Industrial obliga a la constante transformación de empresas y organizaciones, lo que conlleva un innumerable frente de retos y oportunidades. En primer lugar, según un estudio de IDC, **gracias a Salesforce se crearán 48.600 nuevos puestos de trabajo directos (y 61.000 indirectos) en España**, entre 2019 y 2024. Enrique Polo de Lara, en su ponencia, recordó cómo en sus comienzos en la compañía solamente había 300 expertos en Salesforce en España.

Este éxito se debe a una serie de factores entre los que se encuentra la capacidad de Salesforce de componer **una visión customer centric**, en la que se posee un conocimiento completo del consumidor, muy beneficioso para todo tipo de negocio. Un lema de Salesforce es **“Doing well and doing good”**, que en palabras de Polo de Lara sería algo como **“convertirse en agentes del cambio pero haciéndolo bien”**.

Obviamente, esta herramienta tecnológica, que habilita el aterrizaje de las empresas en nuevos planos competitivos, conlleva un esfuerzo de formación de la plantilla y de reclutamiento de talento ya formado. Polo de Lara lo relacionó con la misión Salesforce:

- **RENOVATE:** donde el objetivo principal es valorar cómo optimizar nuestro negocio.
- **EVOLVE:** en este caso, se trata de **poner al cliente en el centro del negocio**. Este es el punto de partida para tomar como clave la formación.
- **TRASCEND:** a partir de aquí, ¿cómo conseguir nuevas maneras de dar valor al cliente?



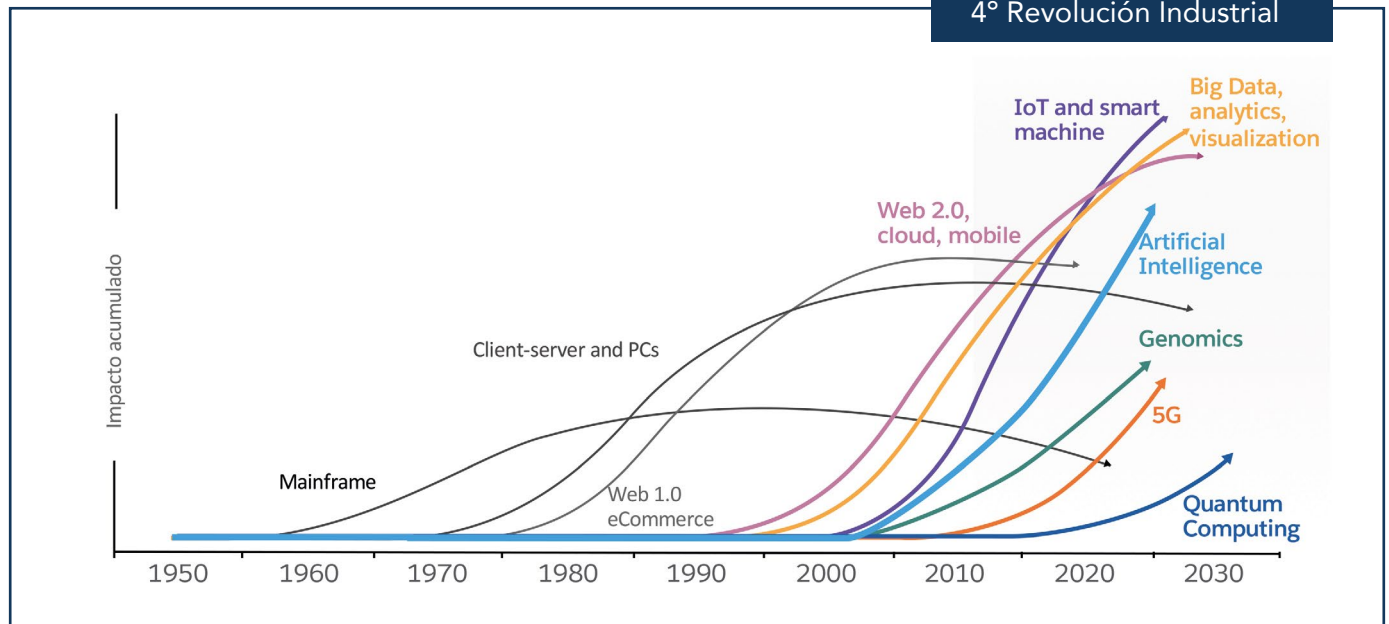
Este interés por **trascender es el driver de emprendedores disruptivos** y consiste en redefinir conceptos tradicionales y establecidos y dar pasos más ambiciosos, facilitados por las tecnologías de esta Cuarta Revolución Industrial.

- 4.0 **4th Revolution** - Sistemas "Ciber-Físicos"
- 3.0 **3rd Revolution** - Electrónica y los sistemas de Tecnología de la Información
- 2.0 **2nd Revolution** - Producción en masa y energía eléctrica
- 1.0 **1st Revolution** - Mecanización, energía hidráulica y máquina de vapor

Fuente: *Britannica*

## Tecnologías de la 4RI: aceleración e impacto

Estamos en los inicios de una transformación masiva



La Cuarta Revolución Industrial en claves:

- Esencialmente diferente porque funde lo físico, lo digital y lo biológico a través de la tecnología, concluyendo en un impacto en todos los niveles.
- Representada por la Robótica, la Inteligencia Artificial, el entorno Big Data, el Cloud Computing, el IoT y las smart machines y la conectividad 5G, entre otros.
- El cambio al que avanza es mucho más significativo que en anteriores revoluciones debido a que unas tecnologías alimentan a las otras.

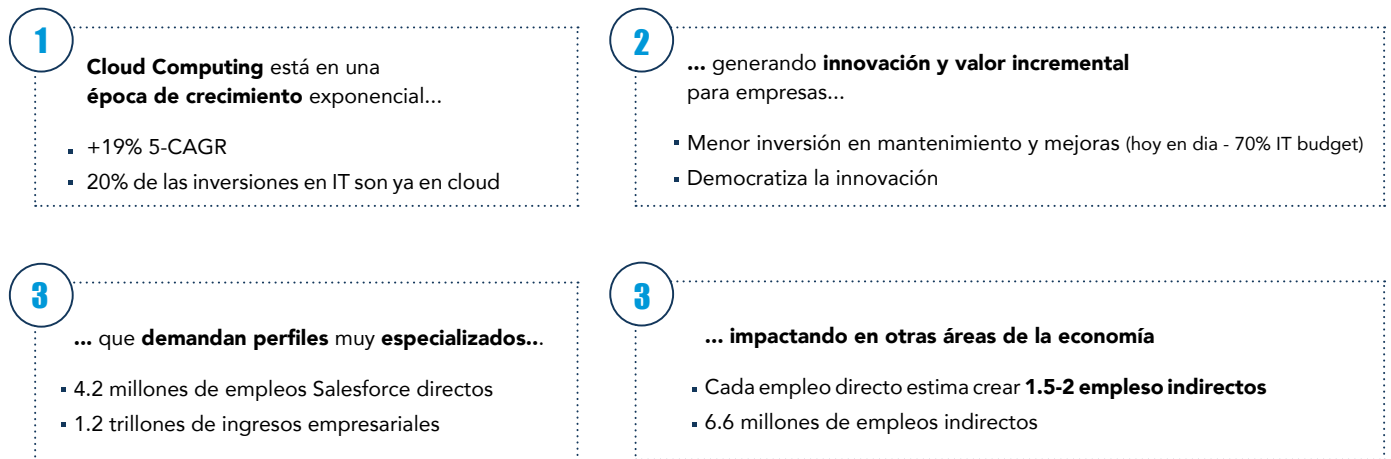
Pero, antes de seguir adelante, ¿cómo Salesforce ayuda, tanto a las empresas como a las personas, en su crecimiento? Polo de Lara, en una entrevista posterior al evento, confirmó para ISDI CRM que existe esta dualidad positiva, tanto en beneficio del profesional como de la empresa. En primer lugar, porque es una **gran oportunidad a medio-largo plazo para personas de todo tipo de perfiles**, que decidan formarse en Salesforce.

Por otro lado, Salesforce es muy interesante para las empresas, debido a que “permite **conocer mejor a sus clientes y relacionarse con ellos de una manera personalizada y coherente**, en todos los canales, tanto tradicionales como digitales”.

Enrique Polo de Lara, además, añadió que para conseguir estos objetivos, las empresas han de contratar talento, “que puede ser nativo digital, pero también gente dentro de la empresa que adquiere skills digitales”.



## Cloud Computing, Salesforce y el impacto en las economías locales...



### CLOUD COMPUTING, Salesforce y el impacto en las economías locales

- 1. La computación en la Nube crece exponencialmente:** el 20% inversiones en IT son están dirigidas a Cloud.
- 2. Genera innovación y valor incremental:** democratiza la innovación y mejora la inversión en mantenimiento.
- 3. Demanda perfiles muy especializados:** se crearán 4.2 millones de empleos Salesforce directos y generará 1.2 billones de dólares en ingresos empresariales (en todo el mundo).

Para que cualquier persona pueda acceder al mundo de Salesforce, la compañía ofrece un servicio online gratuito llamado Trailhead, que agrega contenido sobre todos los clouds del entorno. Una vez realizada esta primera toma de contacto, es necesario adquirir una educación reglada para obtener las **certificaciones pertinentes**.

Precisamente de esta necesidad de formación para un entorno cada vez más competitivo, Salesforce ha tomado la iniciativa de juntar fuerzas con ISDI, especialmente para mejorar el aprendizaje relacionado con su tecnología. **El proyecto resultante es ISDI CRM** que, como anunció Salesforce en una nota oficial, tiene como objetivo **“formar, como mínimo, a 10.000 personas en los próximos tres años”**. Enrique Polo de Lara comenta este nuevo proyecto de educación, que define como **“un habilitador del ecosistema”**.



En palabras de Polo de Lara, Salesforce entiende **la formación y la educación como “la mayor palanca para seguir creciendo”**. Esto se traduce en el objetivo de incorporar al llamado “ecosistema Salesforce”, miles de personas que dominen esta tecnología. Para ello, surgió la necesidad de “un líder en formar talento”, que no es otro sino ISDI.

The Salesforce logo, consisting of the word "salesforce" in white lowercase letters inside a blue cloud-like shape.

Informe completo IDC de Salesforce

Descarga Aquí



## Otros mensajes clave del Informe IDC sobre Salesforce

- La computación en la Nube genera beneficios económicos permitiendo un incremento en la innovación en TI, que, por otro lado, sostiene la innovación de negocios que generan mayores ingresos y puestos de trabajo.
- El crecimiento del gasto en cloud computing crecerá, del año 2019 al 2024, en un 19% anual. El resultado total, será un incremento desde los 147.000 millones de dólares, en 2019, hasta los 418.000 millones de dólares en 2024.
- En este período de 6 años Salesforce y su ecosistema tendrán la capacidad de crear **4,2 millones** de empleos en todo el mundo.
- A día de hoy, el ecosistema Salesforce emplea personas, productos y servicios, que lo hacen ser **4 veces más grande que la propia Salesforce**. El crecimiento esperado supondrá que, para el **año 2024, esta cifra aumente hasta ser el ecosistema 6 veces más grande que la compañía**.

Tal y como señaló Enrique Polo de Lara, durante su ponencia, la cultura Salesforce se asienta sobre tres dimensiones clave, que a la vez serán esenciales para el futuro del trabajo. Estas tres dimensiones son el **talento, los valores y la innovación**.

Como recuerda Polo de Lara, a los profesionales “les gusta formar parte de un proyecto positivo” y ese es uno de los pilares del ecosistema Salesforce. Este es un ecosistema de “prosperidad compartida”, donde se abren oportunidades de trabajo y negocio también para clientes, partners, consultoras del entorno, etcétera. Por lo tanto, la orientación al cliente y los valores positivos son factores básicos y esenciales.

En definitiva, uno de los grandes mensajes de Enrique Polo de Lara fue que **“la oportunidad de Salesforce es para todo el mundo”**. **No está orientado a perfiles concretos ni tiene sesgos de edad, género o habilidades**. De ahí, en concreto, la importancia del impacto de la economía Salesforce en el entorno laboral, no solo como **motor del trabajo y funcionalidad para todo tipo de empresas**, sino porque la formación ad hoc ofrece la oportunidad, para cualquiera que busque un giro en su carrera profesional.

## NEW DIGITAL SKILLS

Fátima Gallo Martínez

*Head of Career Services and Alumni Community at ISDI*

Utilizando terminología anglosajona, encontraríamos una **dicotomía entre las llamadas hard skills y las soft skills**. Las primeras hacen referencia a los conocimientos y competencias adquiridos durante la formación y la experiencia profesional, mientras que las **soft skills representan rasgos de personalidad y habilidades sociales** que, en palabras de Fátima Gallo, “es donde realmente reside el **verdadero talento**”.

En su ponencia sobre habilidades digitales y formación, Fátima Gallo dedicó los primeros compases a incidir en conceptos clave, como estas soft skills, **esenciales para convertirse en talento que ofrezca un valor diferencial**.

Para entender el mercado laboral actual, una clave importante es comprender el entorno empresarial. Los puestos más altos en los ránquines de compañías **más poderosas del mundo están ocupados por los gigantes tecnológicos** (Apple, Alphabet / Google, Microsoft, Amazon y Facebook), frente a la realidad de décadas anteriores, en las que habríamos encontrado grandes petroleras, bancos internacionales y potentes firmas de consultoría.

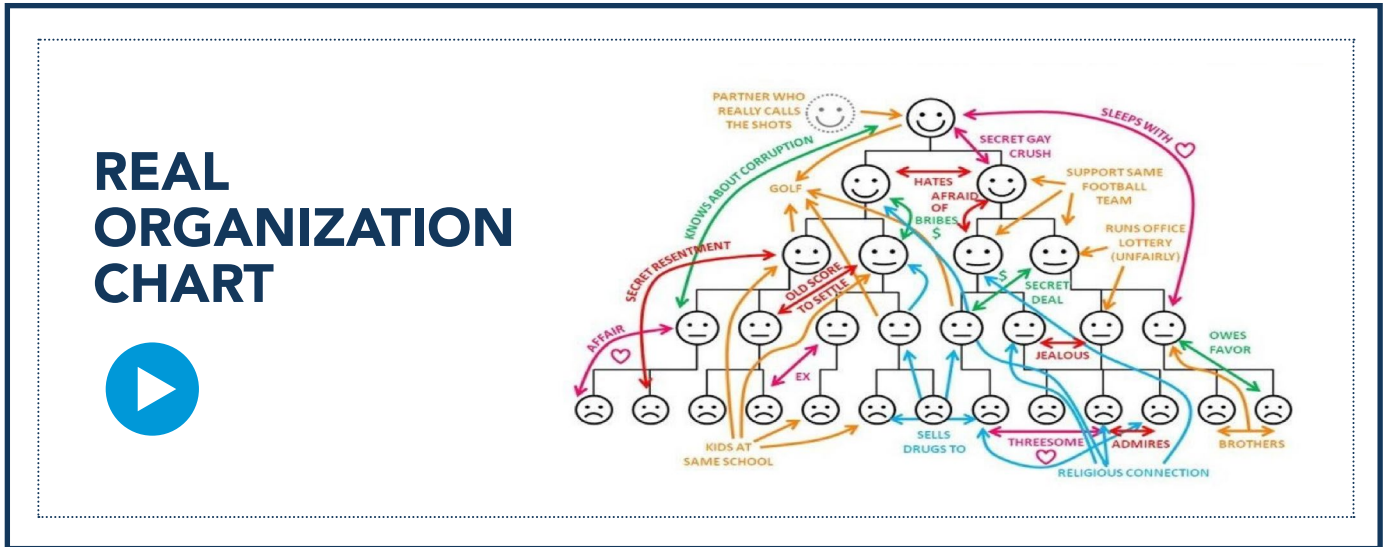
En este ecosistema digital, destaca el **fenómeno relacional**, en el surge un empoderamiento del cliente y nuevos players que desbancan a grandes compañías establecidas en industrias y normas que se entendían como inamovibles. Todo está cambiando y es imprescindible contar con las herramientas adecuadas para capear esta transformación.



**Hoy en día, los procesos de selección no se centran en las hard skills, sino en las soft skills.**

**La capacidad de adaptación a la realidad cambiante nos hace únicos**





## Modelo de negocio TRANSACCIONAL vs. RELACIONAL.

- Nuevos modelos de negocio que compiten con industrias maduras y tradicionales.
- Plataformas como Wallapop o Airbnb, donde se facilita la interacción entre clientes finales y se eliminan intermediarios.
- Se fomenta actualmente un modelo relacional PULL y no PUSH, de relación de la compañía con el cliente.
- La interacción marca-cliente va más allá de la venta final.

Como ya hemos comentado hasta ahora, estamos envueltos en lo que se conoce como Cuarta Revolución Industrial. Echando la vista atrás y reflexionando sobre las diferencias que puede haber con respecto a anteriores revoluciones, Fátima Gallo destaca como característica principal la velocidad: mientras que en el pasado, el ser humano contaba con hasta millones de años para adaptarse a realidades cambiantes, **“a día de hoy, esos cambios disruptivos no nos ofrecen el tiempo con el que antes contábamos”**.

Todo este entorno laboral en permanente reciclaje, requiere de empresas preparadas para la transformación y profesionales armados con nuevas habilidades digitales. Este reto no es únicamente aplicable a este binomio empresa-trabajador, sino que se amplía a un espectro que ocupa muchísimo más, desde gobiernos a escuelas especializadas. Muchas veces, como veremos a continuación, las medidas educativas no son lo suficientemente profundas o **los centros no están preparados para producir profesionales del futuro**.

De hecho, el estudio de The Digital Economy and Society Index, remarca que cerca de **la mitad de la población española carece de las competencias digitales básicas**. Este estudio, además, retrata el marco laboral español, en la que los centros educativos preparan menos profesionales del entorno TIC que lo que la realidad empresarial demanda.

Fátima Gallo hizo hincapié en el temor a la destrucción de puestos de trabajo por la implantación de la robótica y otras nuevas tecnologías disruptivas, pero siendo asimismo una fuerza creadora – o renovadora – de empleo ya existente. El Institute for the future of work, dice que el **85% de los trabajos que habrá en 2030 todavía no se han inventado**, a lo que Gallo añade que “da igual lo que estudiemos, porque tendremos que estudiar mañana, pasado y pasado. Porque hay posiciones que ni siquiera tienen nombre”.

**“ Nos encontramos al borde de una revolución tecnológica que modificará fundamentalmente la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos. En su escala, alcance y complejidad, la transformación será distinta a cualquier cosa que el género humano haya experimentado antes.**

*La cuarta revolución industrial, Klaus Schwab.*

Otro de los conceptos analizados por Fátima Gallo es el contraste negativo entre esa necesidad del mercado laboral por enrolar especialistas con nuevas skills digitales y un decreciente número de alumnos de carreras tecnológicas.

Según un estudio de la OCDE, en España ha caído la matriculación en un 30% porque a esos alumnos “no les compensa el esfuerzo”. Lo más preocupante es que las cifras ahondan en el problema: **cuatro de cada 10 trabajos a los que quieren dedicarse en el futuro los adolescentes españoles están en riesgo de automatizarse y, por tanto, desaparecer.**

**“El reto no es evolucionar el modelo de negocio, el reto es evolucionar el modelo de talento”**, decía Fátima Gallo con unas referencias al libro de John W. Moravec, The Knowmad Society. Del juego de palabras knowmad, que suena igual que nomad, nómada en inglés, pero incluyendo el verbo know (saber, conocer) Moravec establece un perfil que debe navegar con soltura entre el conocimiento y la innovación, y que puede trabajar en cualquier lugar, en cualquier momento. Tristemente, este perfil ansiado para el profesional 4.0, no se puede conseguir con métodos tradicionales: **1.0 schools cannot teach 3.0 kids.**

## Estrategias para la gestión del cambio



Hasta aquí hemos hablado del profesional, que necesita de entornos adecuados donde formarse, pero que a la vez necesitará de una voluntad personal por convertirse en talento demandado. ¿Y qué hay de la empresa? El reto está en conseguir que las compañías de estructuras clásicas aprendan a **conformar modelos más flexibles y netamente digitales**. Fátima Gallo destacó de nuevo esas soft skills como palanca del cambio, como un eje esencial para esta transformación. De la misma forma que son **una medida esencial para constituir los valores de un profesional top, son la llave que abrirá la puerta de la transformación a cualquier empresa**.

Mapa de Profesiones - ISDI 2019

[Descarga Aquí](#)



## EMPLEABILIDAD Y MERCADO

Jorge Villabona

[General Manager at ISDI CRM](#)

Tras las ponencias de Enrique Polo de Lara y Fátima Gallo, le correspondió hacer unas reflexiones finales a **Jorge Villabona, General Manager de [ISDI CRM](#)**, de cara a cerrar este ciclo previo a la mesa redonda.

Este evento **La tecnología como motor del empleo 4.0** daba paso a la opinión de los expertos y las preguntas del público, pero antes Villabona quiso **recordar mensajes claves** para resumir lo visto hasta el momento. Dos grandes subrayados en los discursos anteriores.

En primer lugar, respecto de la ponencia de Polo de Lara, Villabona anota la importancia de que “a pesar de la digitalización, no debemos obsesionarnos con las habilidades puramente digitales que implican un empleo digital. El **objetivo final es un aprendizaje constante** y entender cómo funciona el ecosistema y los negocios en la nueva Era Digital”.

En relación a la parte de Fátima Gallo, esta vez Jorge Villabona puso el énfasis en el lado del empleo y las buenísimas cifras de creación de nuevos puestos de trabajo originados por Salesforce en los próximos años. En concreto, las decenas de miles de nuevas oportunidades en contraste con la falta de empleo de los años post crisis.



## SKILLS: TECHNOLOGY, MOBILITY, ADVANCED DIGITAL.

### Current trends

- Tech is king
- Core skills matter
- Jobs with high mobility on the rise
- Low supply of talent across multiple industries
- Future-proofing skills is critical





Web design & software development are two of the fastest growing skill categories



3 out of 5 most declining occupations are technology-oriented support roles



There is a shift in demand from basic to advanced digital skills as jobs become more digitized



Creative and social tasks are less likely to be automated

Tendencias actuales: **Tecnología, movilidad y conocimientos digitales avanzados.**

- Diseño web y desarrollo de software agrupan los conocimientos con mayor crecimiento hoy día.
- 3 de cada 5 ocupaciones con mayor declive se convierten en roles de apoyo con un enfoque tecnológico.
- Ha habido un vuelco en la demanda de habilidades digitales (de básicas a avanzadas) debido a que los puestos de trabajo son ahora más digitales todavía.
- Puestos de naturaleza creativa o social tienen menores posibilidades de ser automatizadas.

Jorge Villabona quiso comentar la labor esencial que LinkedIn realiza con partners, como es el caso de ISDI, para apoyar un trabajo de empleabilidad y de planificación de la formación. A través de unas tablas de esta plataforma online y red social de empleo, Villabona creó un lienzo del marco laboral actual.

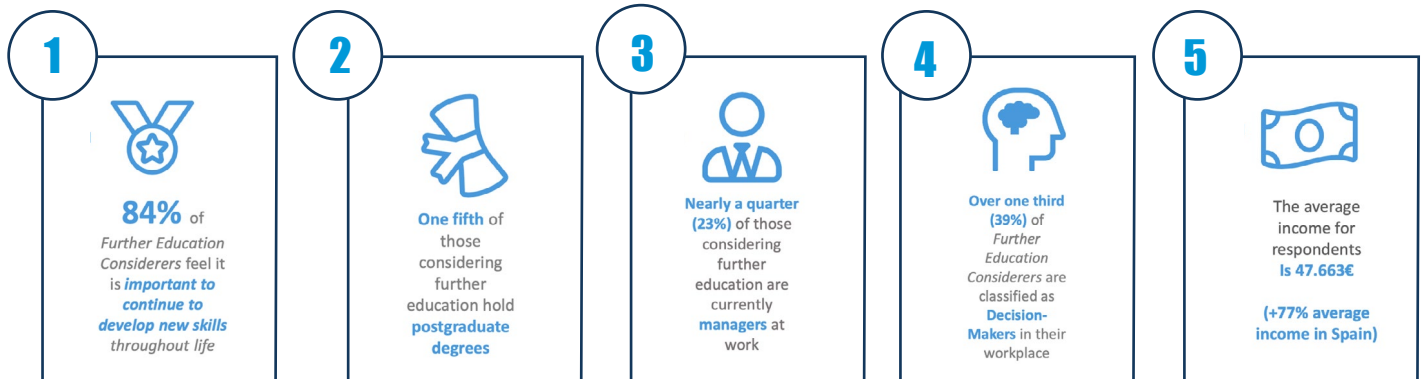
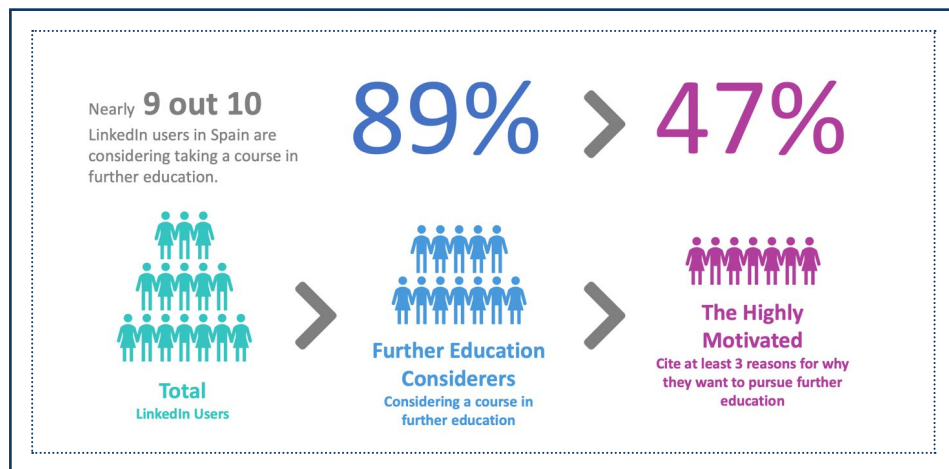
“Ya en 2018 decían por encima de todo que **‘Tech is king’**”, señaló Villabona, que matizó otro lema de LinkedIn (‘Core skills matter’) con que “esto va de ser humano, y luego, de saber de cosas”. El resto de aptitudes en tendencia tienen que ver con la **movilidad** (trabajar desde cualquier lugar, en cualquier momento); con la ya mencionada **necesidad de talento** para todo tipo de industrias; y por último, con la “crítica” exigencia de que las habilidades que hoy aprendamos **no tengan una pronta caducidad**.

< ISDICRM >

< 16 >



## Global Web Index Q4 2018



- Casi 9 de cada 10 usuarios de LinkedIn en España están considerando hacer algún tipo de curso para mejorar su formación.
- De este grupo, hay un 47% denominados “highly motivated”, que ya cuentan con razones muy sólidas para empezar esa formación.
- Además, apunta Villabona, 1 de cada 5 ya contaba con algún tipo de posgrado, luego “da igual lo que hayas estudiado, no eres ajeno a seguir trabajando continuamente en tu formación”.

Un aspecto esencial más en la línea de las tendencias formativas es que ya **no hace falta asistir a un lugar concreto ni a una tipología única de formación**. El abanico de posibilidades es enorme, con formación online, con formación de diferentes duraciones, de diferentes rangos de precio (incluso gratuita), etcétera. Concluía Villabona que debe existir una “curiosidad continua, fuera de un formato o fuera de un skill concreto”.

En cuanto a las razones por las que embarcarse en un curso de formación, las más destacadas son **aprender nuevas habilidades, un mero interés personal**, y por último, **mejorar las perspectivas laborales**. Entre los perfiles más visibles están aquellos que quieren conseguir metas personales (81%), muy por encima de aquellos que lo que buscan es completar metas profesionales (69%). De entre todo este cúmulo de cifras, Jorge Villabona subraya una noción: “es una combinación bastante interesante entre necesidad y oportunidad”.

Finalmente, volvemos a un tema recurrente en el evento, que es la responsabilidad compartida entre empresa y profesional, pero también extrapolable a gobiernos, instituciones y centros educativos. “No todo depende del individuo”, dice Villabona.

Y más aún, las plantillas deben combinarse en un **esfuerzo intergeneracional**, donde jóvenes expertos recién reclutados coexistan con miembros senior que la empresa debe reciclar con nuevos conocimientos. “Hay que saber combinar todo tipo de empleados y todo tipo de formaciones para **cambiar al completo la compañía y redefinirla**”.

## Useful Tools

Herramientas útiles en LinkedIn



Rango de salarios  
por empleo



Empleos con  
mayor crecimiento



Informe de empleos  
Emergentes 2020



El Ecosistema de Salesforce generará 48.000 empleos en España

Leer Más

## MESA REDONDA: LA TECNOLOGÍA COMO MOTOR DEL EMPLEO 4.0

Villabona pidió a los cuatro invitados de la mesa redonda que, tras su presentación, explicaran cómo responderían brevemente a la pregunta de que, **analizada la situación del mercado laboral, cómo las empresas a las que representaban, habían hecho frente al cambio.**



**Alicia Zamora**  
Directora RRHH  
en Mediaset

**MEDIASET**españa.



**Javier Heitz**  
CEO  
de s4G



**Amparo González**  
Directora RRHH en  
Accenture

**accenture**



**Iñigo López**  
Head of Data Analytics  
en Atlético de Madrid



**“ Necesitamos desarrolladores de Salesforce, la segunda posición más demandada en España. Este año tenemos que contratar a casi 90 personas y esa gente, hoy en día, no existe en el mercado” Javier Heitz, CEO de S4GConsulting.**

*Javier Heitz, CEO de S4GConsulting.*

**“ Lo más impactante de la transformación digital es la velocidad vertiginosa. Necesitamos una gran adaptación al entorno y una enorme flexibilidad desde el punto de vista del negocio y de los skills.**

*Alicia Zamora Directora RRHH en Mediasetcom*

**“ Queremos tener una visión 360, por eso estamos implantando “Tenemos muchos clientes, por eso estamos tratando de centralizarlo, para poder segmentar bien ese cliente.**

*Iñigo López, Head of Data Analytics en Atlético de Madrid*

**“ Contratamos un gran número de perfiles tecnológicos, pero tenemos mucha más demanda que la que encontramos en el mercado.**

*Amparo González, directora RRHH en Accenture Spain*

## IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA Y MEDIDAS PARA EL CAMBIO

**Alicia Zamora** recalcó la **velocidad a la que se está realizando esta transformación** como eje principal para entender el contexto vigente. Para ejemplificar esta rápida sucesión de acontecimientos, Zamora mencionó cómo la radio tardó años en implantarse y Twitter tardó simplemente meses en alcanzar sus números. “Necesitamos una **gran adaptación y sobre todo tener una enorme flexibilidad**”, recordó.

“ La tecnología nos aporta valor y nos está ayudando a ser más eficientes (...) Hay que hacer un llamamiento a los gobiernos para alinear políticas, implementar medidas en la educación desde niños hasta universitarios, y también, cómo no, a los profesionales, que son los últimos responsables de su desarrollo.

Por su parte, **Amparo González**, asegura que Accenture obviamente está viviendo esta transformación en la forma en la que reclutan personas y en el cómo se relacionan con sus clientes, “en un entorno que exige, además, **que esta innovación en la que estamos inmersos sea más sostenible**”. En los dos últimos años, Accenture ha colaborado en crear ese talento necesario con escuelas como ISDI, también con universidades y escuelas de FP, para formar ese talento antes de contratarlo. Asimismo, “**internamente también un esfuerzo de formación continua**”.

“ Es una transformación cultural, relevante, que tienen que liderar generaciones diferentes que piden cosas distintas. La innovación también es inclusividad, cuestionar lo establecido, aprender de los errores.



En el Atlético de Madrid también se encuentran en un profundo proceso de transformación digital, como pudo aseverar **Iñigo López**, responsable de datos de la institución. Como noción esencial, López recordó que “lo primero que hay que hacer es poner al cliente / socio en el centro y conseguir una visión 360° del mismo”. Para conseguir este objetivo, tuvo lugar la implantación de un CRM, en este caso Salesforce.


“**Tenemos muchos tipos de clientes y formas de generar negocio, ya sea con el e-commerce, ya sea con las tiendas físicas, y queremos centralizarlo para tener una visión 360° (...). No hay dos clientes iguales y, con ayuda de Salesforce, queremos segmentar mucho la oferta que ofrecemos a nuestro cliente.**”

**Javier Heitz** definió S4G como un partner de Salesforce y una **empresa de servicios para adaptar esta tecnología a lo que demandan distintas empresas y organizaciones**, de todo sector y tamaño. “Un poco distinto a las empresas aquí representadas”, dijo Heitz, precisamente por su carácter joven, ya que nació hace once años y medio, y el 90% de la plantilla son de la generación Z o Millennials. Por todo ello destacó que, al contar con desarrolladores de Salesforce, S4G **busca talento formado** pero también lo trabaja in-house. Cuentan con fórmulas en las que, durante dos meses preparan en conocimientos a los nuevos profesionales para, después, iniciarles en proyectos de clientes.

“**Al ritmo al que crecemos, no encontramos toda la gente que necesitamos para nuestros puestos. No hay tantos profesionales con estas skills en el mercado. Así, tenemos que contar con todas las vías para conseguir ese talento.**”



## ¿CUÁL FUE EL GRAN APRENDIZAJE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?

 **Amparo gonzález,**  
Directora de RRHH de Accenture.

**“ No conseguiremos equipos ricos e innovadores si no son DIVERSOS. Desde el punto de vista generacional, de background y, sobre todo, de género. ”**

“Lo más importante que hemos aprendido es que hay que saber escuchar”. Es esencial saber desde RRHH, puntualizaba González, que el trabajador está “enganchado” y la empresa sabe qué le motiva exactamente. Otra de las claves es aprender también a ser “diversos y humanos” pues, en sus palabras, “si es complicado convencer a jóvenes para que estudien carreras tecnológicas, en mujeres es más complicado todavía”. En Accenture, comentó González, ya cuentan en sus filas con un 42% de mujeres.

 **Alicia zamora,**  
Directora de RRHH de Mediaset España.

**“ El gran reto es realizar micro cambios para seducir al talento perteneciente a esta revolución (...) Ha hecho falta trabajar mucho para hacer una gran reconversión. ”**

Relató cómo el negocio de los contenidos audiovisuales ha sido muy tradicional, lo que ha “obligado a un viraje hacia el desarrollo del negocio tecnológico”, señala Alicia Zamora. Para ello se han reclutado muchos expertos nuevos que han de ser los mejores en cada una de sus áreas. “Si necesitas un cambio hacia una dirección que no dominas, has de incorporar a los mejores”, que a su vez, recordaba Zamora, propició un cambio interno. Concluyó que los retos para mejorar son “trabajar la diversidad y romper barreras, que poco a poco deben consolidarse”.



**Iñigo López,**  
Head of Data Analytics en Atlético de Madrid.



**Es muy relevante implicar a las personas para que no entiendan esa transformación digital como una amenaza para su puesto.**

El caso de este departamento del club Atlético de Madrid es un tanto diferente, pues acaba de echar a andar, como nos recordó Iñigo López. Sin embargo, apuntó que “aunque hemos puesto mucho foco en la tecnología, evidentemente también hace falta implicar a las personas.” En definitiva, emplear los recursos tecnológicos y humanos de cada departamento para obtener el mejor resultado.



**Javier Heitz,**  
CEO de S4G.



**Hablamos de diversidad, pero en S4G, la gente top en operaciones de mayor confianza, que tiene más proyectos, son mujeres. Porcentualmente son mejores performers.**

Heitz resumió en dos palabras las lecciones aprendidas en los últimos años: confiar e invertir. “Confiar es el secreto de tener un equipo cohesionado”, señalaba, dando importancia a conseguir un equipo comprometido. “Y en un entorno de confianza, de cercanía, (...) se consigue el aprendizaje deseado”. Por otro lado destacaba la noción de “invertir”, entendida tanto en tiempo como en inversión económica, puesto que toda compañía necesita esos perfiles esenciales para “crecer al ritmo que necesitamos crecer”.



## RESUMEN DE LA MESA REDONDA

### ¿Cómo gestionar la parte alta de la ejecutiva?

Íñigo López destacó que **“los cambios siempre tienen que venir de arriba”**, muy en la línea del comentario de Amparo González de que “la dirección tiene que ser impulsora del cambio, para que los managers que están en el día a día con estos servicios puedan aplicarlo”. Alicia Zamora resumió en “se está cambiando y reescribiendo el estilo de liderazgo que trae la nueva realidad”.

### Relaciones humanas más sostenibles

Los miembros de la mesa redonda destacaron la importancia de mantener un buen ambiente de trabajo y evitar las relaciones tóxicas. Jorge Villabona recordó que lo que tradicionalmente se ha llamado Recursos Humanos, hoy adquiere otras dimensiones y nombres, como Talento, Cultura y Organización, **“porque aquello de customer centricity está empatando con lo que se conoce como employee centricity”**.

### ¿Cuáles serían las recomendaciones para perfiles que quieren reinventarse?

A la pregunta de una de las asistentes al evento, Amparo González redundó en un breve “formación y ganas”. Mientras que hay muchísimas formas de mantenerse al día aprendiendo skills tecnológicos, lo más importante es tener ganas. Al mismo tiempo, Villabona añadió un tercer concepto: **“es inevitable tener paciencia”**.

### A la hora de contratar, ¿qué orden le damos a las soft skills?

Esta pregunta, dirigida a Javier Heitz, la respondió el CEO de S4G con un ejemplo vivido en su propio entorno. El driver nunca puede ser el económico, para un futuro empleado, al que se le pregunta por qué quiere trabajar en la empresa, pues siempre encontrará un mejor pagador. Cuando un equipo de trabajo tiene muy definidos los valores, sabrá encontrar perfiles que estén en línea con ellos y que sienta pasión por trabajar en sus proyectos.

### Cursos de Salesforce vs. carreras universitarias

Un estudiante de 18 años preguntó sobre el valor de un curso de Salesforce frente a una carrera universitaria. Javier Heitz matizó que “son cosas muy distintas, pero la formación está muy alejada del mercado laboral”. Por todo ello, considera que ambas cosas son complementarias. Amparo González recordó que hoy se busca una educación con parte formativa y parte práctica, debido a que lo aprendes en un ámbito no es sustitutivo del otro. De ahí la importancia de los programas duales.

### Senior mentoring

Un oyente, José Joaquín Frechoso, habló sobre nuevas tendencias en formación, como el senior mentoring o mentoring inverso, en el que “el talento senior de la empresa reconvertido recibe la “tutela tecnológica” de un joven experto”. Principalmente, en entornos laborales muy tradicionales como la banca.

### Mundo freelance y movilidad

Amparo González quiso responder a esta pregunta diciendo que hay gente que quizá no quiere trabajar con un contrato indefinido ni, por ejemplo, 8 horas al día: “hacemos contratos a medida con personas que tienen un expertise diferencial”. Aportar lo que no se encuentra en plantilla es la clave. Alicia Zamora lo considera una tendencia de **“contar con el talento que necesitas en el momento que necesitas”**, como una nueva máxima del empleo actual.



## **ISDI CRM quiere dar las gracias a los más de 100 asistentes al evento y a los participantes de la mesa redonda.**

Hubo mucha gente que se quedó sin poder venir y hemos elaborado este ebook para distribuir y que nadie se quede sin la información tan interesante que allí se compartió.

Me gustaría agradecer también personalmente a todos los implicados e implicadas que hacen que estos eventos sean posibles. Debo citar al equipo de ISDI CRM y al equipo de ISDI por su dedicación y cariño. Sin ellos y ellas, este tipo de eventos no sería posible.

Por último, quiero agradecer a Salesforce y a todas las compañías que pasan por ISDI a diario y que nos permiten seguir formando al talento que hace falta en esta nueva Era Digital y que ya está transformando la forma en la que entendemos la economía y la forma de hacer negocio.

*Jorge Villabona*  
*Managing Director at ISDI CRM Worldwide*



## ISDI CRM



“**Tenemos mucha confianza en esta alianza, ISDI tiene mucho que contribuir para aumentar la experiencia de Salesforce en el mercado, lo que es clave para nuestro crecimiento presente y futuro.**

Arsenio Otero, COO Salesforce International



“**Existe una brecha entre las tecnologías emergentes y las capacidades para gestionarlas. ISDI CRM ha sido creado para cerrar esa brecha y entregar las herramientas digitales y habilidades para los líderes del mañana.**

Nacho de Pinedo, Cofundador & CEO de ISDI

**ISDI & Salesforce** han unido fuerzas para lanzar en 2018 ISDI CRM con el objetivo de ayudar a individuos y empresas a sacar el máximo potencial de la tecnología Salesforce.

**ISDI es el primer Training Partner de Salesforce a nivel mundial.**

**ISDI CRM ofrece una amplia variedad de cursos** (oficiales, Hands-on Labs, Programas de Master, Certification days) con distintos formatos (Online, Blended, Face to Face) para conseguir un conocimiento completo de como la tecnología, las plataformas y los datos afectan al crecimiento de los negocios.

Nuestro portfolio de expertos en activo proviene directamente del ecosistema Salesforce y destacados players del mundo digital. Los instructores de nuestras formaciones oficiales están certificados por Salesforce, lo que garantiza la máxima calidad y actualización continua de los materiales y contenidos.

## ISDI CRM EN LA PRENSA

### El Economista

Los empleos tecnológicos elevaron su demanda el 33%.

### eCommerce-News

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

### Datagora

ISDI y Salesforce "Los puestos ligados a la tecnología tuvieron un 33% de demanda en 2019".

### Observatorio de Recursos Humanos

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

### El Candelero Tecnológico Blog

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019, especialmente en consultoría y publicidad.

### eCommerce-News

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

### Make Me Feed España

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

### Bolsamanía

Economía/Telecos.- Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019, según Isdi.

### Invertia España

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019, según Isdi.

### Top Comunicación

Nueva PR Account Director en Havas PR Madrid.

### Expansión.com

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019, según Isdi.

### Europa Press

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019, según Isdi.

### PR Noticias

Marta Escudero, nueva PR Account director en Havas PR.

### Teinteresa.es

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

### La Publicidad

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un...

### Marketing Directo

Las profesiones del futuro estarán ligadas al sector digital.

### Fanáticos del Hardware

NP: Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

### PR Noticias

Los puestos ligados a la tecnología en consultoría y publicidad se incrementaron un 33% en 2019.

### Roastbrief

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

### El Candelero Tecnológico Blog

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019, especialmente en consultoría y publicidad.

### iProUP

Las profesiones del futuro serán digitales: ¿cuáles son las tecnologías que liderarán las búsquedas laborales?

### Árbol de Noticias

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

### RRHH Digital

La demanda de empleos tecnológicos creció un 33% en 2019.

### El Programa de la Publicidad

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33%, en consultoría y publicidad.

### La Vanguardia

Los puestos ligados a la tecnología incrementaron su demanda en un 33% en 2019.

# < ISDI CRM >

## CONTACTA CON NOSOTROS:

**Bruno Bucher**

bbucher@isdi.education

**David Rodríguez San Agapito**

droduiguez@isdi.education

Telefono: 900 814 144 o +00 34 917 373 925  
(para llamadas internacionales)

