

2018

# Búsqueda y Retención de Talentos en el área de eCommerce



¿Qué tipo de perfiles  
existen en este área?

---

¿Qué background tienen?

---

¿Qué los motiva?

---

¿Cómo son las  
estructuras de  
eCommerce vs otras?

---

¿Qué importancia se le da  
a la formación y retención  
de estos equipos?

---

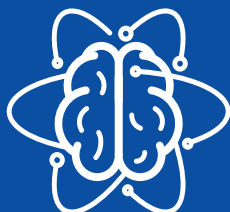
¿Cómo conviven estos  
recursos con los tradicio-  
nales en una empresa?

---



## Objetivo del Estudio

---



Conocer los desafíos de armar un equipo para el canal de comercio electrónico e informar a empresarios y tomadores de decisiones.

---



Contribuir con la evolución y mejora continúa del ecosistema Digital transparentando aspectos de RRHH actuales.

---



Ayudar a los que lideran el eCommerce a tener mayor impacto y poder de decisión en la mesa chica de una organización.

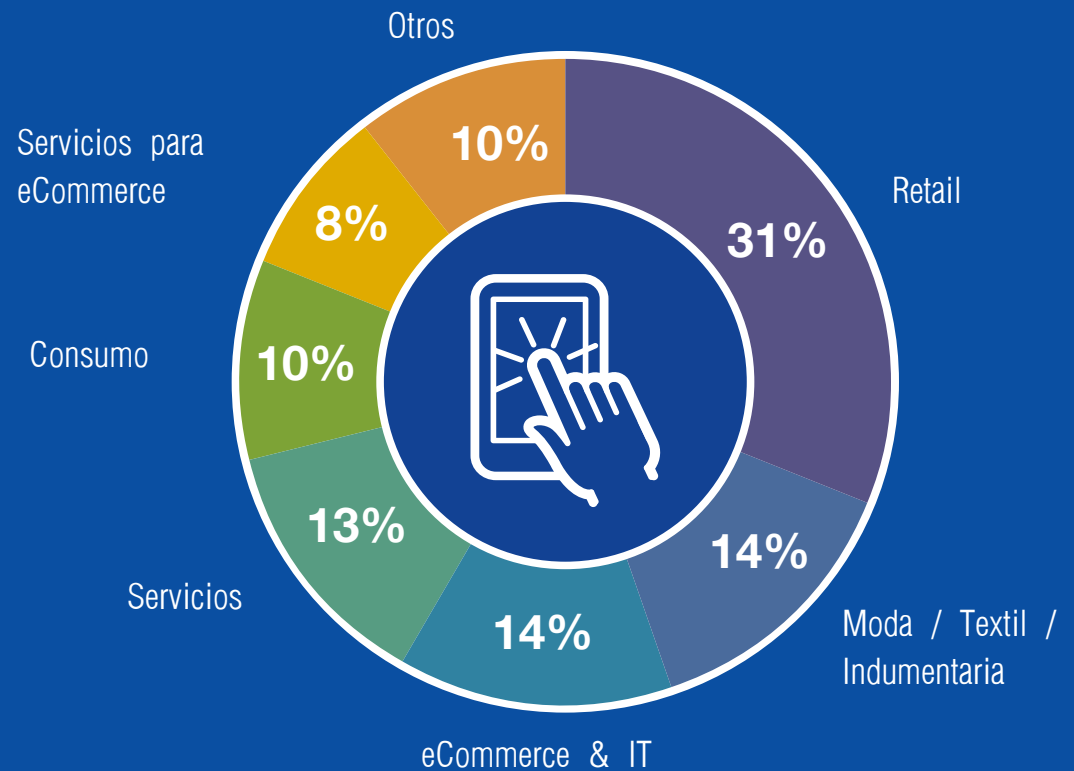
---

## Scope del Proyecto

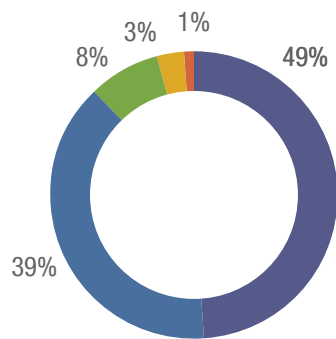
Región Latam a los N°1 de eCommerce/Digital o GG de compañías 100% digitales (Tecnología)  
Se obtuvieron 200 respuestas de líderes de empresas solo en Argentina.



Retail	60
Moda / Textil / Indumentaria	26
eCommerce & IT	26
Servicios	25
Consumo	19
Servicios para eCommerce	16
Otros	20

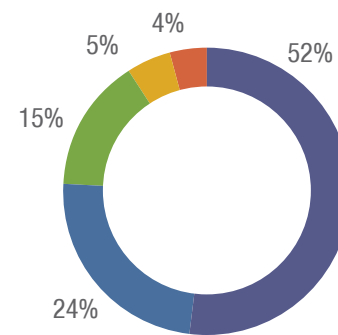


## Sobre el líder de eCommerce



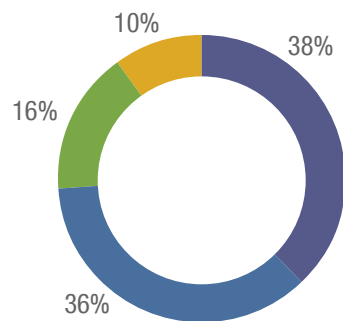
### Nombre del Rol

- eCommerce Manager
- CEO / Director / CM
- eCommerce Project Manager
- Business Unit Manager
- Gerente de Market Place



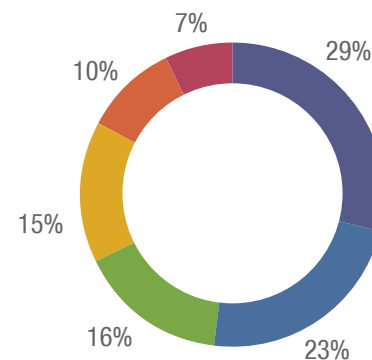
### Edad

- Entre 30 y 39
- Entre 40 y 49
- Entre 25 y 39
- Menos de 25
- Más de 50



### Tipo de Perfil

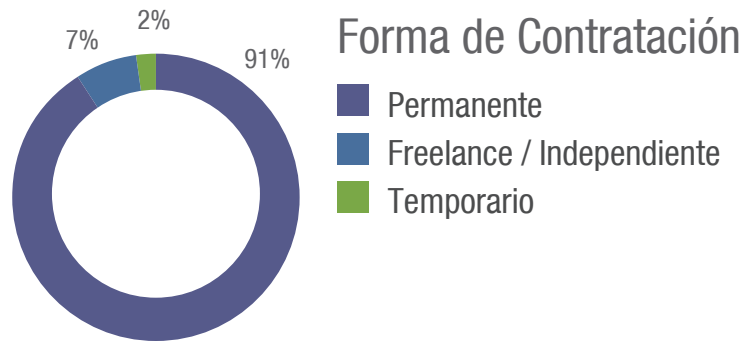
- Comercial / Business Developer
- Marketinero Digital
- IT / Tecnológico
- Consultor Estratega



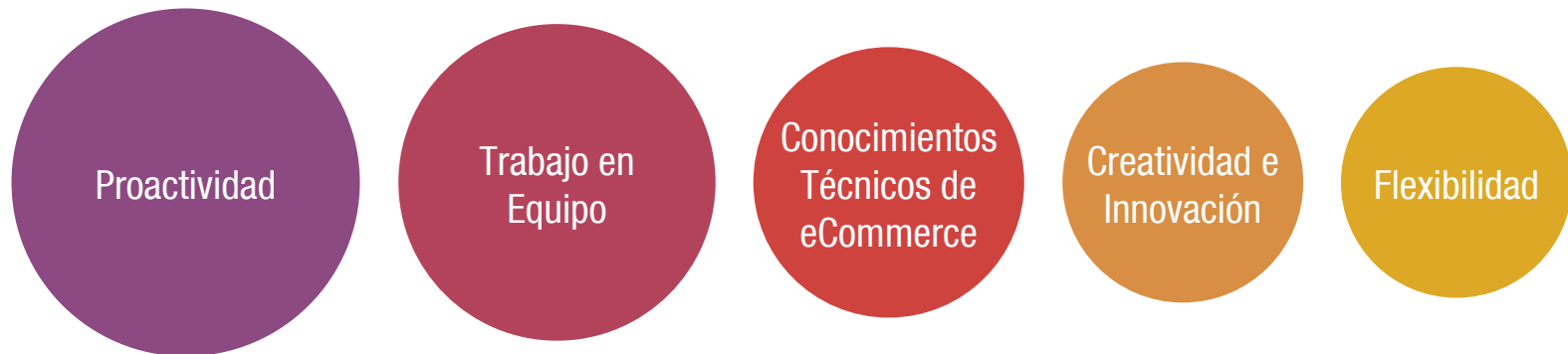
### Cómo ingresó

- Referidos
- Área de RRHH
- Consultora de RRHH
- Promoción Interna
- Otras áreas internas

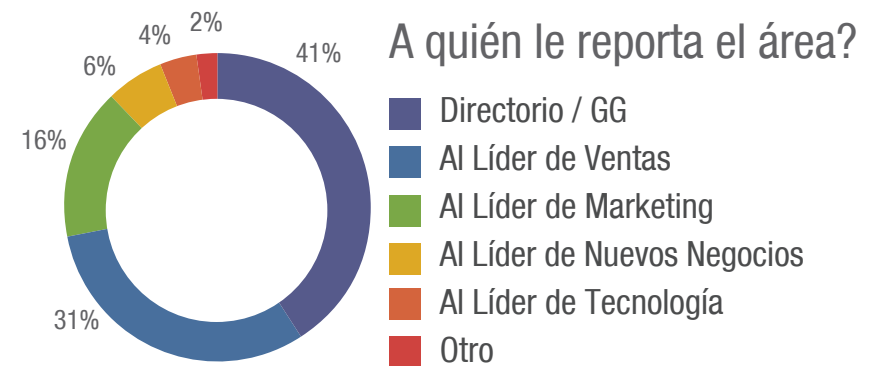
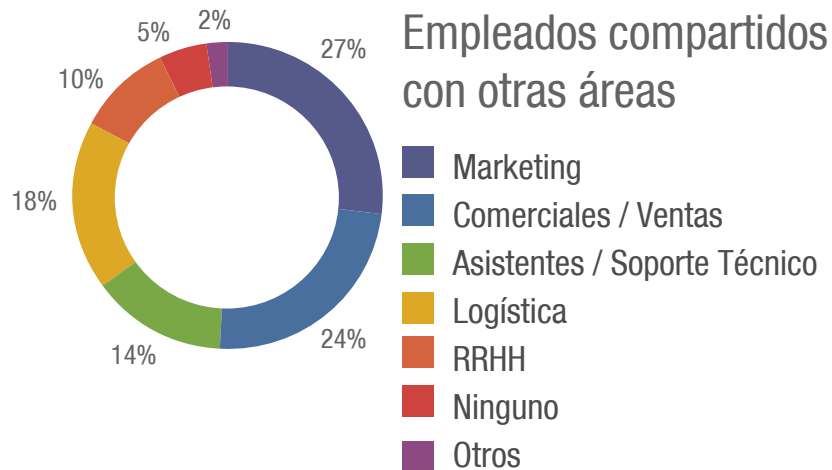
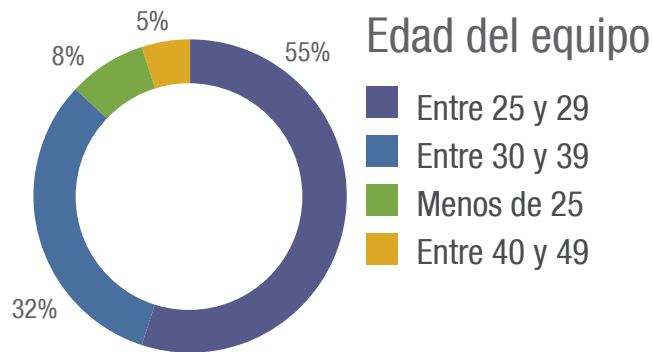
## Sobre el líder de eCommerce



### Competencias más valoradas



## Sobre las estructuras eCommerce

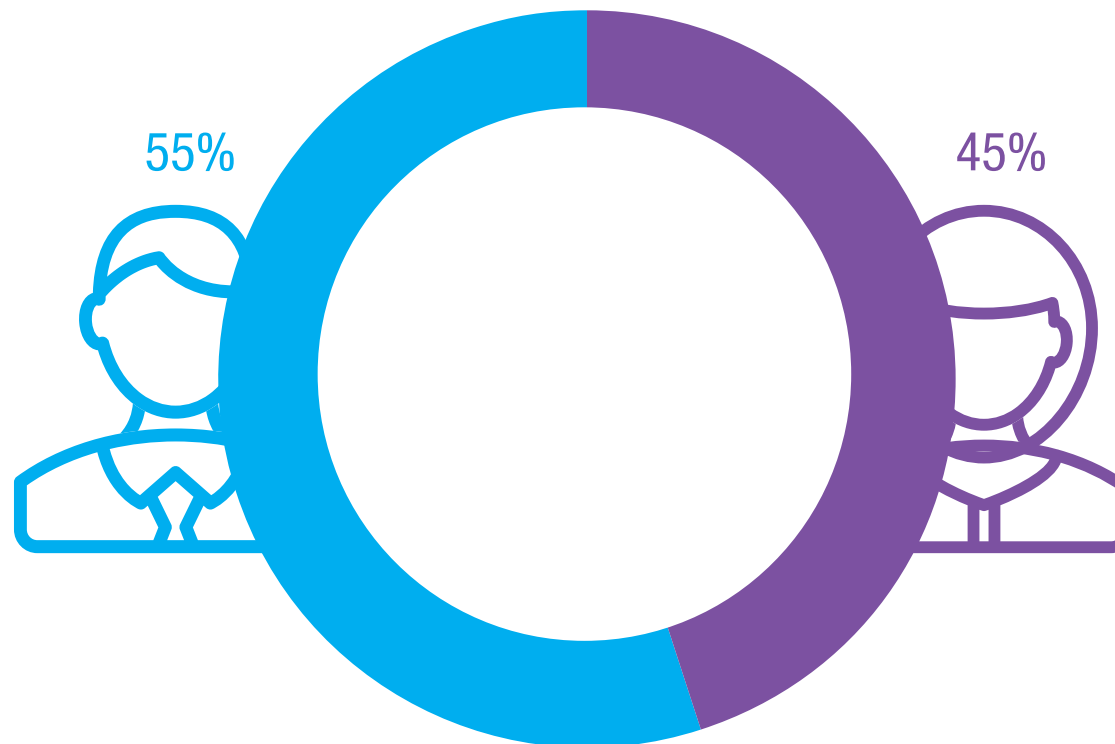


## Sobre las estructuras eCommerce



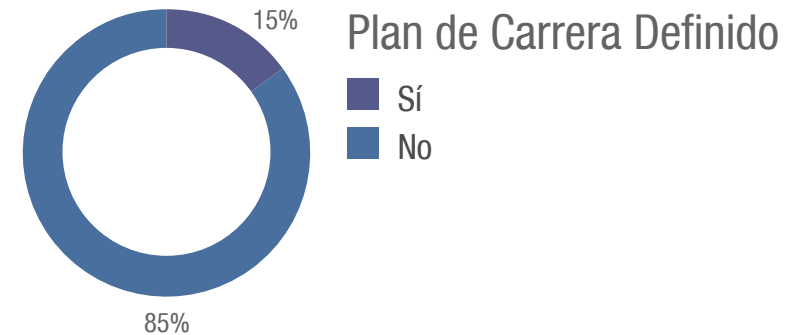
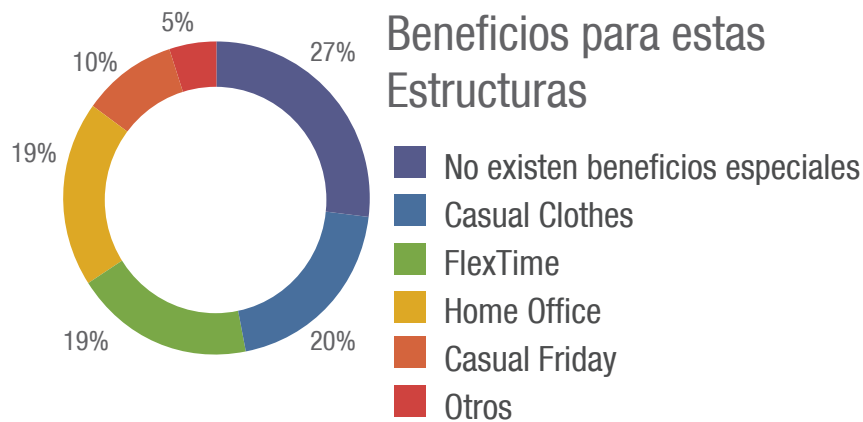
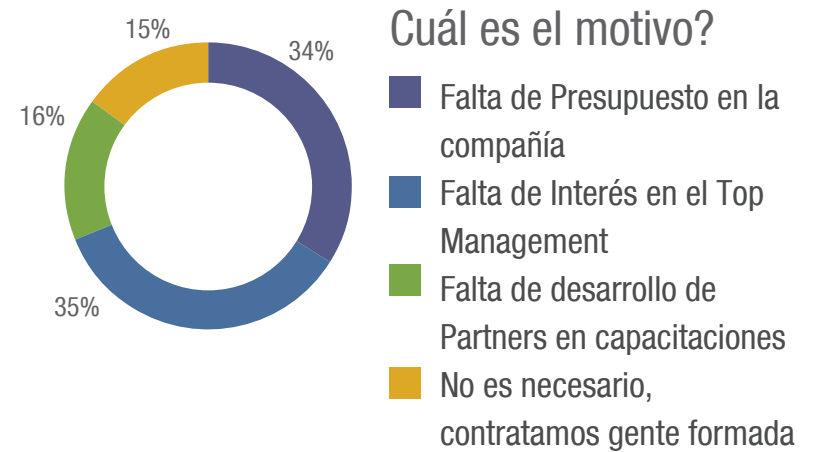
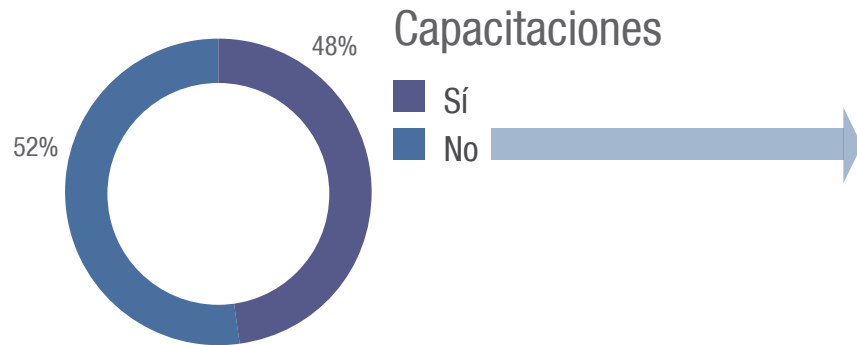
### Composición del equipo de eCommerce

(en promedio)

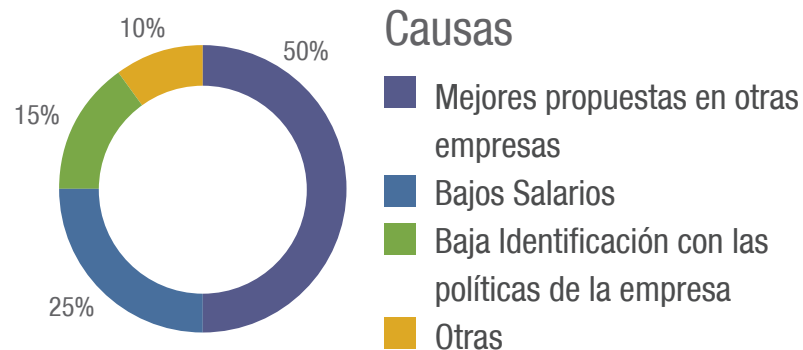
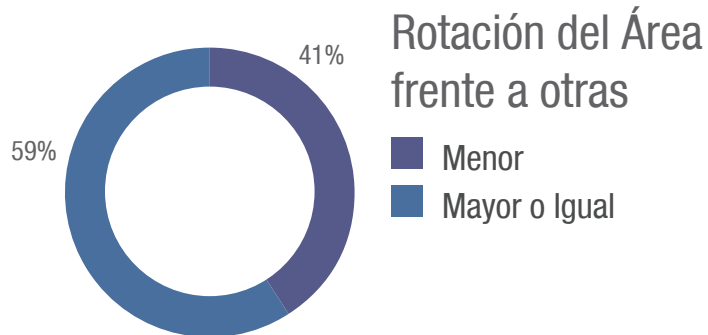
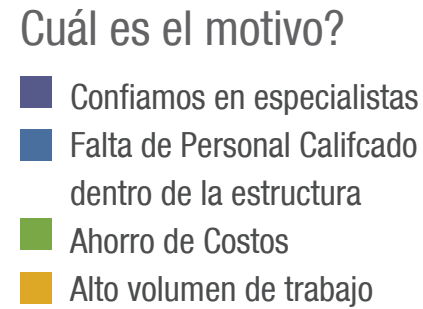
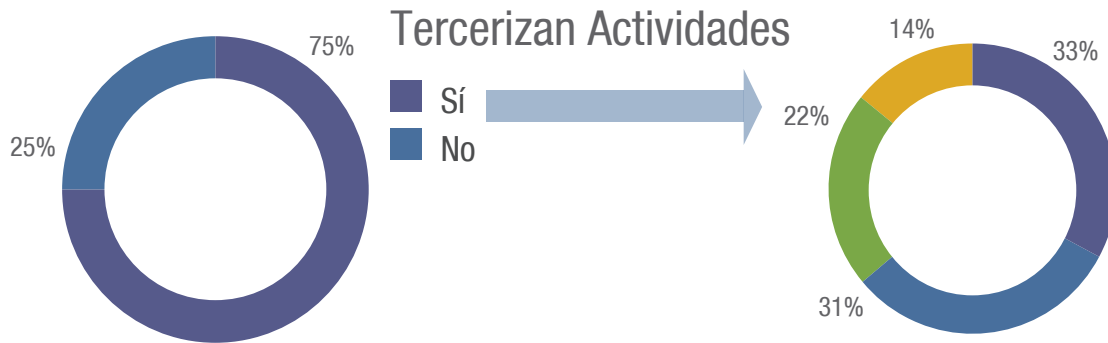




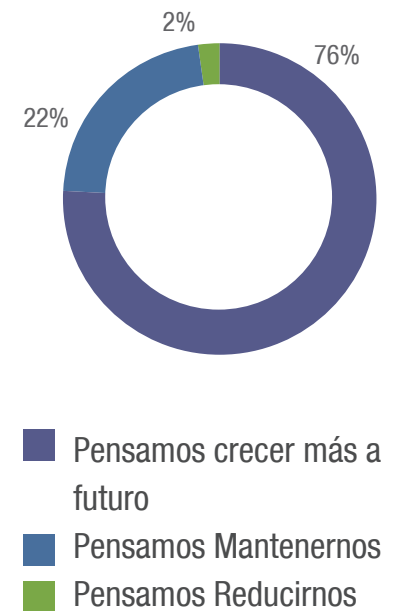
## Sobre las estructuras eCommerce



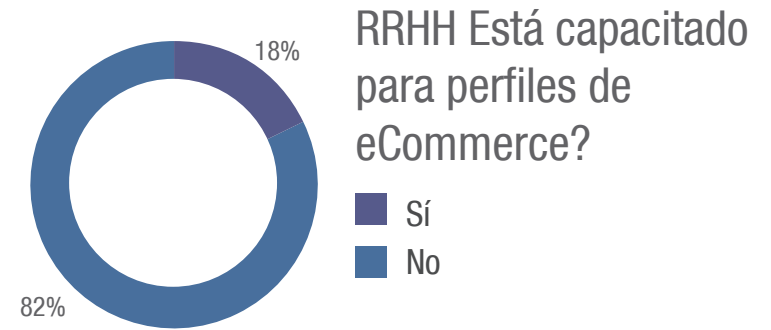
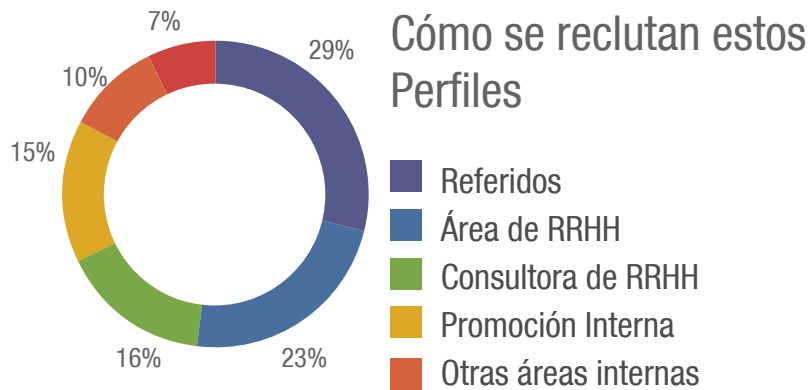
## Sobre las estructuras eCommerce



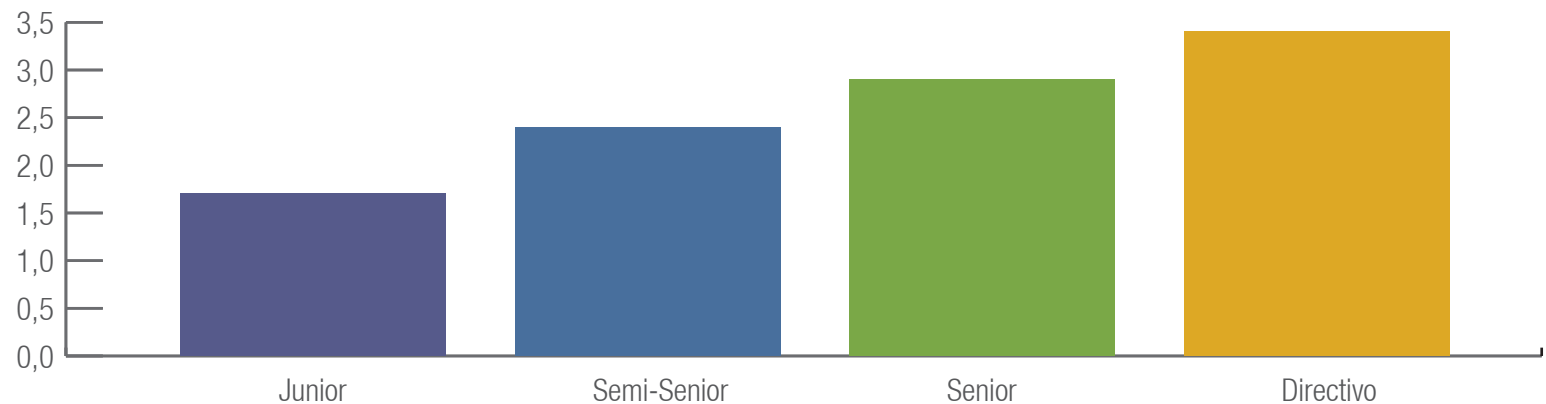
### CRECIMIENTO DEL EQUIPO DE eCOMMERCE



## Aspectos de RRHH en estructuras de eCommerce



**Cuánto tiempo se demora en cubrir un rol de eCommerce? (meses)**



## Cortes por Industria

---



RETAIL



PURE  
eCOMMERCE  
IT



MODA

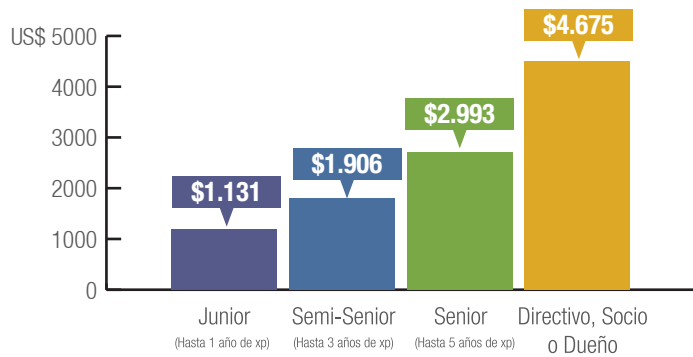


SERVICIOS

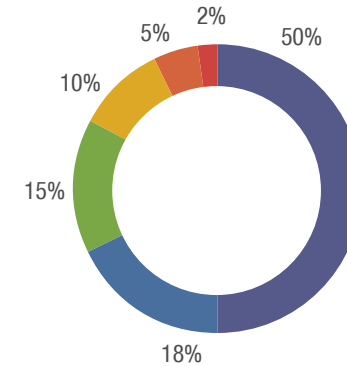
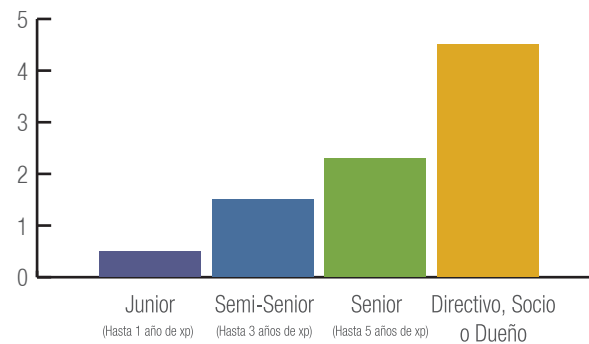


## RETAIL

### Salario

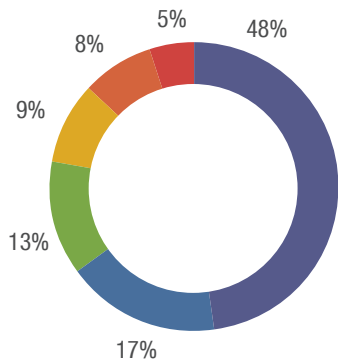


### Bono Anual



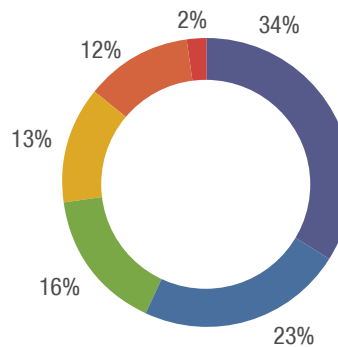
Cantidad de empleados en eCommerce frente a otras áreas

- Entre 1 a 5 empleados
- Entre 11 a 20 empleados
- Entre 6 a 10 empleados
- Entre 21 a 50 empleados
- Entre 51 a 100 empleados
- Más de 100 empleados



### Beneficios

- No existen beneficios especiales
- Casual Clothes
- Flextime
- Casual Friday
- Home Office
- Otra



### Retención

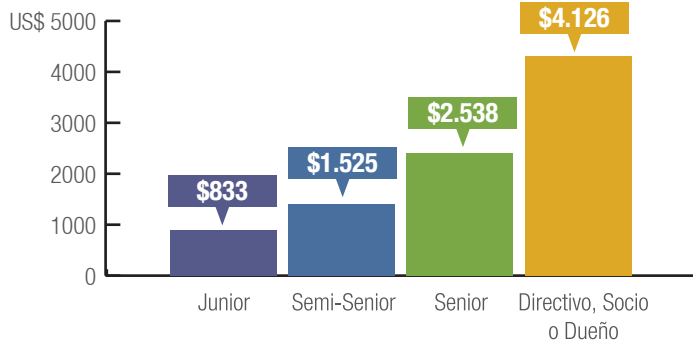
- Promoción
- Aumento Salarial
- Capacitaciones
- No Hay
- Pago de Bonus
- Viaje

Empleados Total CIA	Empleados eCommerce promedio
General Retail	14
<500	6
>500	22

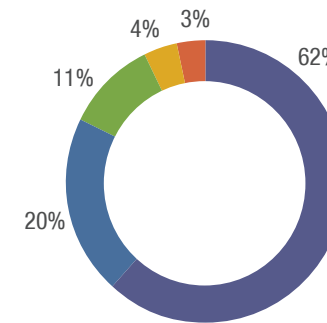
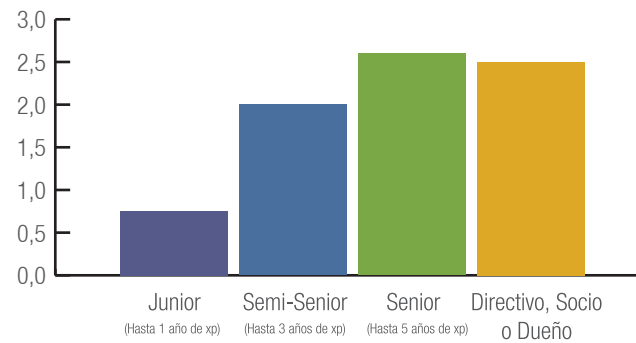


## MODA

### Salario

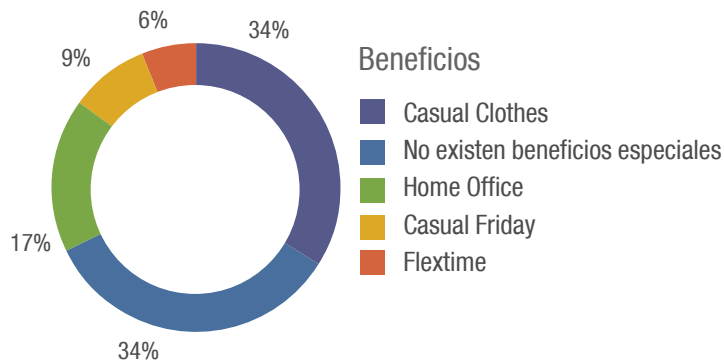


### Bono Anual



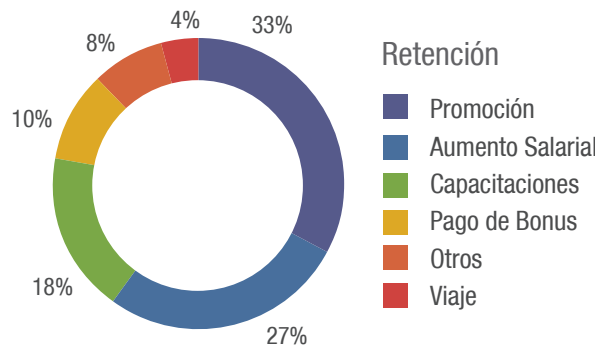
Cantidad de empleados en eCommerce frente a otras áreas

- 1 a 5 empleados
- 6 a 10 empleados
- 11 a 20 empleados
- 21 a 50 empleados
- 51 a 100 empleados
- Mas de 100 empleados



### Beneficios

- Casual Clothes
- No existen beneficios especiales
- Home Office
- Casual Friday
- Flexitime



### Retención

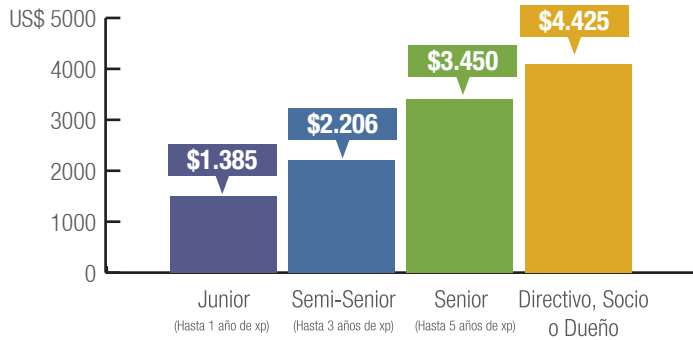
- Promoción
- Aumento Salarial
- Capacitaciones
- Pago de Bonus
- Otros
- Viaje

Promedio de 7 a 8 personas en el equipo

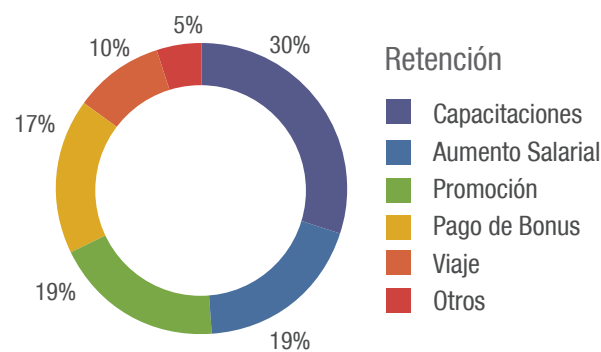
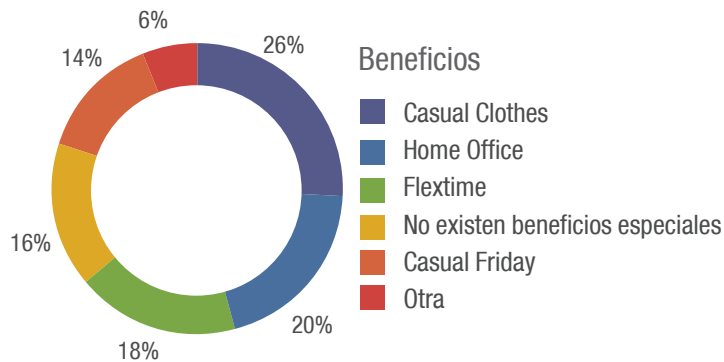
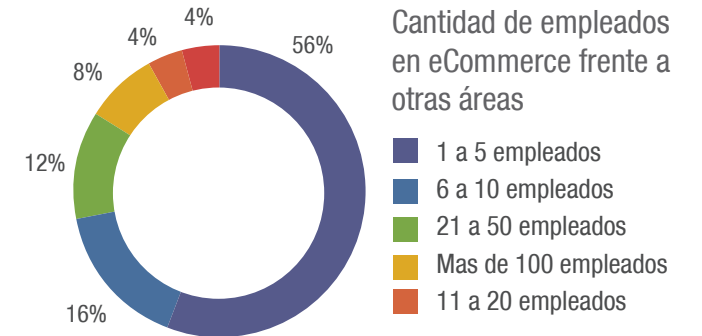
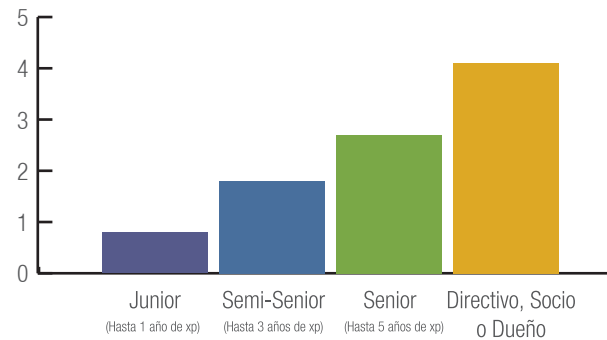


## SERVICIOS

Salario



Bono Anual

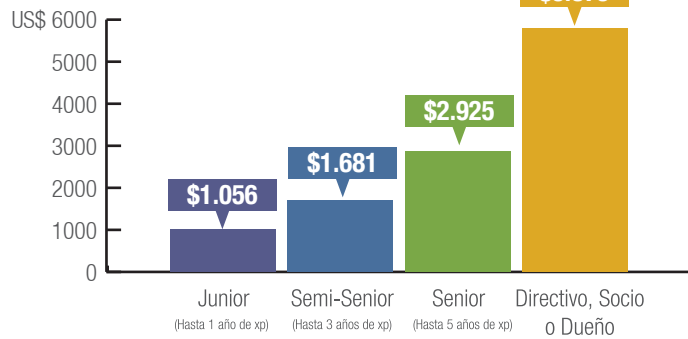


Empleados Total CIA	Empleados eCommerce promedio
General Servicios	19
<500	4
>500	34

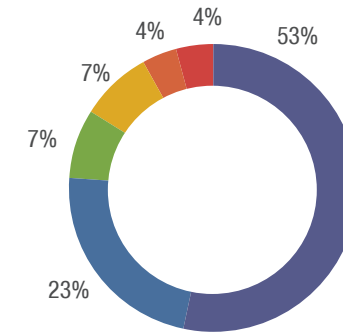
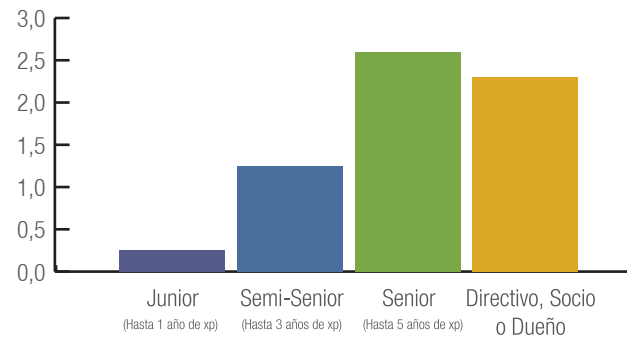


PURE  
eCOMMERCE  
IT

## Salario

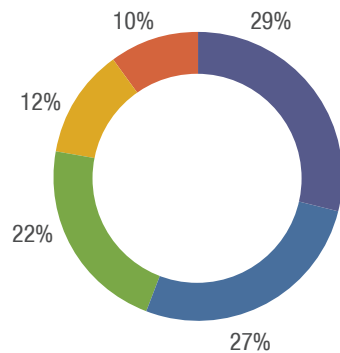


## Bono Anual



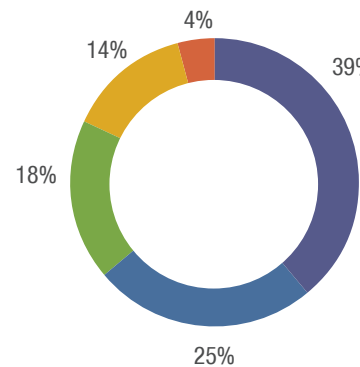
## HeadCount Total Compañía

- Menor a 25 empleados
- Entre 26 y 50 empleados
- Entre 51 a 100 empleados
- Mayor a 50 empleados
- Entre 101 y 200 empleados
- Entre 201 y 500 empleados



## Beneficios

- Home Office
- FlexTime
- Casual Clothes
- No existen beneficios especiales
- Casual Friday



## Retención

- Promoción
- Capacitaciones
- Aumento Salarial
- Bonus
- Viajes



## Casos de ÉXITO

---



PATRICIA JEBSEN  
Cencosud



JAVIER KRAVIEZ  
Grupo Clarín



SERGIO IOVANOVICH

## Casos de ÉXITO

---



PATRICIA JEBSEN  
Cencosud

¿Cómo desde la omnicanalidad se puede  
adaptar una posición de trabajo tradicional  
y aprovechar al máximo los recursos de  
una empresa?

Es Lic. En Relaciones Públicas de UADE.

Master en Marketing y Administración de Empresas en la European Business School (EBS) - Oestrich Winkel, Alemania.

Es docente de Posgrado y Presidente honorario de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico.

Tuvo roles de Producto, Comunicaciones, Marketing y desde el 2004 se desempeña en roles de liderazgo en Comercio Electrónico.

Hoy es GERENTE DE OMNICANALIDAD para el negocio de Supermercados de Cencosud

## Casos de ÉXITO

---



JAVIER KRAVIEZ  
Grupo Clarín

**Caso Clarín: ¿Cómo tuvo que transformar su estructura de RRHH tradicional para mantener su competitividad y lograr monetizar de una nueva manera?**

Es Ing Industrial del ITBA.

MBA en la Universidad Torcuato Di Tella.

Tiene más de 15 años en medios en roles de Marketing, desarrollo de producto para diferentes marcas del grupo hasta llegar a ser CMO.

Hoy es CHIEF CUSTOMER OFFICER para el Grupo Clarín, a cargo de la monetización del diario editorial y digital, áreas de Big Data & BI, Customer Satisfaction y programa 365.

## Casos de ÉXITO

---



SERGIO IOVANOVICH

¿Cómo balancear perfiles técnicos y de negocios en una estructura de eCommerce/  
Digital?

Políticas especiales de retención de talento &  
clima para estas estructuras.

Es Ingeniero Industrial de la UBA.

MBA en Estados Unidos.

Tiene más de 20 años de experiencia en roles Comerciales, de Marketing y liderazgo en compañías de FMCG, IT y Energía.

Fue Director Comercial de GOOGLE Argentina y Líder de una consultora de Estrategia e Innovación en Argentina.



Michael Page

Torre Alem Plaza  
Av. Leandro N. Alem 855 – Piso 9  
Buenos Aires Bs.As.  
Argentina  
+54 11 4001-4500

Part of PageGroup