

# EMPRENDEDORES & EMPLEO

> MERCADO LABORAL / 17 > EDUCACIÓN / 20 > RECURSOS HUMANOS / 21



OLGA COLADO

> TENDENCIAS

## CUÁNTO VAN A DURAR LAS 'PROFESIONES DEL FUTURO'

¿Hay una burbuja de nuevas ocupaciones? La cuestión es si los trabajos con éxito son sostenibles o dejarán atrapados a los profesionales.  
Por Tino Fernández

No es por desanimar, pero si crees que convertirte en *Customer Success*, *Brand Evangelist*, *Scrum Master*, *Customer Advocate*, o *Growth Hacker* puede ser una decisión definitiva para enfocar tu carrera y solucionar tus problemas laborales, debes tener en cuenta que las nuevas profesiones que surgen para satisfacer las demandas del mercado de trabajo y de las empresas quizá no sean la panacea en esa difícil búsqueda de empleo.

Hay quien piensa que todos esos nombres originales para designar profesiones inéditas -que a veces son sólo funciones- no tra-

en nada bueno a las organizaciones, y tampoco a quienes las adoptan y se dedican a ellas.

La cuestión es si nos encontramos ante una burbuja de profesiones, y si éstas son verdaderamente sostenibles. ¿Podemos aconsejar a alguien que tome el camino de las nuevas ocupaciones igual que en otro tiempo se recomendaba la carrera de Derecho, Ingeniería, Medicina o Económicas?

Paco Muro, presidente de Otto Walter en España, explica que «afortunadamente, siempre habrá nuevas profesiones, pues eso significa que progresamos. Cada vez más, ya que el nuevo mundo

interconectado genera nuevas demandas y oportunidades hoy inimaginables, y varias de las profesiones más valiosas de dentro de unos años hoy ni existen, y algunas de las ocupaciones hoy relevantes dejarán de existir entonces. Así es el progreso».

**NO HAY FÓRMULA MÁGICA.** Casi nadie puede ofrecer hoy consejo acerca de qué carrera estudiar o a qué profesión nos podemos dedicar. Y es sabido que las ocupaciones que tendrán éxito dentro de un lustro hoy no existen. Pero cabe preguntarse si estas nuevas profesiones con futuro de hoy

tendrán un largo recorrido mañana o perderán peso, influencia y utilidad en poco tiempo.

Nekane Rodríguez, directora general de Lee Hech Harrison, opina que no se puede aconsejar a alguien que estudie algo como garantía para encontrar un empleo: «No hay una receta mágica ni una panacea laboral en este momento. Resulta un poco *kafkiano* orientar a alguien alegando empleabilidad cuando lo que vale es lo bueno o lo malo que seas en ese trabajo».

Rafael Alcalde, fundador de JaraTech Social Technologies, cree que muchas de las posiciones tra-

## &gt;&gt; EMPRENDEDORES &amp; EMPLEO

dicionales se mantendrán, pero irán cambiando y tendrán que adaptarse, y añade que «la empleabilidad no se consigue sólo haciendo una carrera, porque puede que haya gente sin titulación que sepa adaptarse a lo que las empresas demandan. La universidad y las escuelas de negocios tienden a crear másteres muy especializados y nuevas titulaciones que suenan muy bien, aunque no se sabe realmente cuál es su rol. Desde el punto de vista de la empleabilidad esos títulos no se entienden. Hay que estar en constante adaptación, en formación permanente. Y eres tú quien debe ocuparse de estar en la cresta de la ola. El título, por muy nuevo que sea, no vale para nada. Hoy el *community manager* es ya una posición de base, sin el glamour y la novedad que tenía hace unos meses».

En este sentido, Paco Muro advierte de que hoy no es fácil distinguir entre lo que es y será una nueva profesión y lo que tan sólo es una función o tarea temporal a la que la tecnología vigente en el momento obliga: «Hace no tantos años se crearon puestos nuevos como el de *product manager*, director de *marketing*, responsable de comunicación o director de IT. Apenas hace 25 años la mayoría de esos puestos eran inexistentes, y hoy son profesiones esenciales y cotidianas. Por lo mismo, ahora parecen aflorar un sinfín de nue-

vos términos: *community manager*, *ecommerce manager*, *mobile business specialist*, *apps engineer*, creador de contenidos, expertos en SEO o desarrolladores web... ¿Son verdaderas profesiones como tales, tan sólo el nombre de una tarea o una simple adaptación de viejas profesiones a nuevos entornos y medios?».

Nekane Rodríguez añade que «algunos datos macro de empleo mundial para 2020 hablan de 73

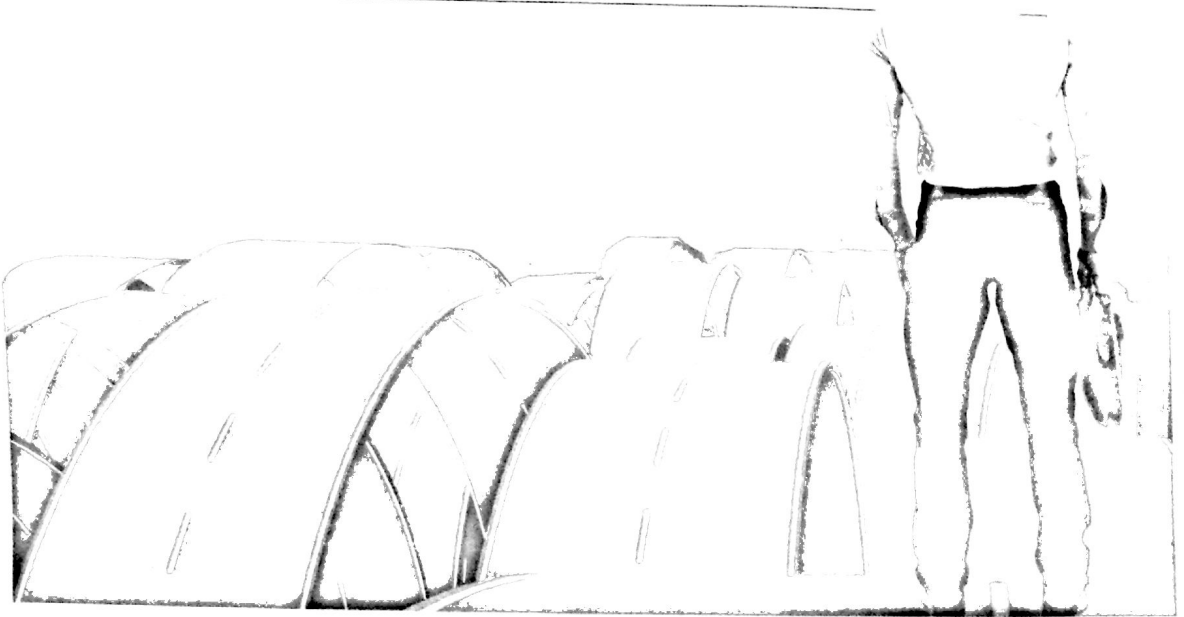
millones de puestos de trabajo vacantes. Por tasa de natalidad no hay generación de reemplazo cualificada. No hay gente para cubrir los puestos necesarios».

**REALIDAD Y DEMANDA.** Muro añade que «hoy le damos nombre especial a todo, a lo que realmente es especial y a lo que no, y de ahí vienen las confusiones. La tecnología va muy rápido, y hoy todo lo nuevo se queda viejo ensegui-

da. La que hoy se considera ocupación de futuro, mañana será algo innecesario. Eso no quita para que muchos no quieran ver la realidad, y prefieren que sus hijos estudien algo reconocible, por muy laboralmente inservible que sea. Sin embargo, todos necesitamos ya en las empresas a estos especialistas, y no hay sitio para muchastitulaciones obsoletas».

Para el presidente de Otto Walter, una profesión no es algo que

necesariamente se estudia, sino que es una especialidad reconocida por la que el mercado te busca y está dispuesto a contratar tus servicios: «Si la realidad actual demanda nuevas profesiones y está dispuesta a contratar a especialistas capaces de ocupar con eficacia esa tarea, eso convierte la función en una profesión, con o sin titulación. Como lo fue en su día el herrero o el alfarero. Eran especialistas clave en su



## &gt; TRABAJOS INÉDITOS

## QUIÉN OCUPARÁ LOS NUEVOS PUESTOS

A pesar de las dificultades que existen para aconsejar acerca de las carreras o profesiones que podemos escoger para asegurar nuestro futuro, lo cierto es que son numerosos los estudios y pronósticos que avanzan cuáles pueden ser las ocupaciones que lleven al éxito profesional.

Un reciente informe de Sodexo sobre tendencias laborales cita algunas profesiones de futuro ligadas a nuevas tendencias sociales que generan oportunidades de negocio y necesidades inéditas.

Una de ellas es el operador de vehículo autónomo, ligado a la necesidad de chóferes para el desplazamiento de profesionales. A esta se pueden añadir los agricultores chef –los cocineros y los agricultores trabajarán juntos en el desarrollo de las semillas, el crecimiento de determinados productos basados en la demanda del cliente y cultivados para la creatividad del chef–, planificadores de identidad digital, enfermeras de la salud medioambiental, tecnólogos financieros, ‘office concierge’ –se impone la creación de oficinas base a las que los empleados acuden de manera intermitente, y se necesitarán gerentes

que organicen el espacio en función de las necesidades del profesional–, organizadores de la comunidad online, coordinadores de la atención personal –puente entre el individuo y todas las organizaciones de la salud y los servicios–, gestores de capitales, responsables de experiencia, arqueólogos digitales –expertos en limpiar la identidad digital de personas o sociedades, guías digitales, ‘global sourcing managers’, gerentes de marca personal, agregadores de talento, técnicos residentes –responsables de todos los sistemas de la organización–, escritores wiki, arquitectos de realidad virtual y responsables de relaciones virtuales, almacenadores de energía –que canalizan la energía generada por el sistema de personas y tecnología–, arquitectos de sistemas globales, orientadores profesionales de medio ambiente, intendentes de la organización, psicólogos de plantas, consejeros laborales, diseñadores e ingenieros de carreteras, o expertos en mantener la vida virtual de un profesional o de las empresas que tienen que ver con la trazabilidad digital de las personas y empresas.

No cabe duda de que la tecnología es un factor determinante en la aparición de nuevas funciones y profesiones, y en la velocidad con la que el mercado laboral genera nuevas necesidades profesionales.

El mundo digital está creciendo rápidamente, y las nuevas profesiones brotan a un ritmo vertiginoso. Por eso muchas empresas no han tenido tiempo de digerirlo y no saben bien ni cómo designar a esos nuevos puestos de trabajo.

Por su parte aDigital e Inesdi han elaborado un *Vademécum de las profesiones digitales*, que nos ofrece algunas pistas sobre las diversas denominaciones que se les da a las nuevas profesiones que tienen que ver con la tecnología. Esto además tiene que ver con las capacidades nuevas capacidades que requiere cada una:

► El digital manager supervisa la estrategia digital de la compañía.

► El digital sales specialist o ejecutivo digital de ventas es el encargado de realizar las actividades promocionales y de ventas de la organización en Internet. Se trata de un perfil comercial, y tra-

baja de la mano de otros departamentos de la compañía.

► La función del digital communication specialist es mejorar e implementar iniciativas de comunicación de la empresa –internas y externas– a través de la gestión de contenidos o del diseño de las plataformas online: sitios web, perfiles sociales, etcétera. Se valora que tenga conocimientos de neuromarketing y usabilidad.

► El digital project manager o responsable de proyectos digitales lidera e impulsa la transformación o mantenimiento del área digital de los negocios.

► El digital marketing manager supervisa la estrategia de marketing digital. Entre sus principales tareas se encuentra la elaboración, implementación, ejecución y desarrollo del Plan de Marketing de la compañía, así como el reporte de los principales indicadores clave.

► El content manager o responsable de contenidos web tiene la misión de desarrollar los aspectos relacionados con los contenidos que publicará la organización

en la web, blogs y redes sociales.

► El digital account manager o responsable de cuentas digitales: coordina al equipo que gestiona las cuentas digitales o cartera de clientes, y vela por la correcta integración con el plan de marketing.

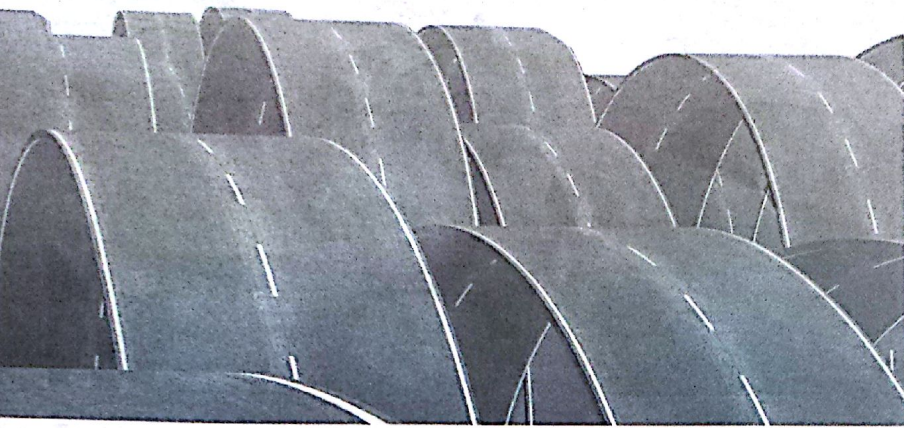
► Un social CRM manager o responsable de la relación digital con los clientes tiene como objetivo la creación, puesta en marcha y/o mantenimiento de las estrategias centradas en la relación con el cliente (on y off) a partir del análisis de patrones de comportamiento de adquisición o compra de los productos y/o servicios de una compañía, utilizando datos internos del sistema CRM y datos externos (estudios de mercado, agencias o datos de perfiles sociales).

► El SEO specialist es el responsable de mejorar el posicionamiento de la empresa en buscadores. Debe entender de HTML, CSS, lenguajes de programación y gestión de blogs.

► Un SEM specialist crea, define e implanta las campañas de publicidad en buscadores.

► El lead marketing specialist o experto en captación de leads tiene como objetivo la captación de usuarios que tras una búsqueda





modificándose, aunque las tradicionales se van a mantener como una base estructural. Pero Casado advierte una especie de moda en ciertas nuevas ocupaciones con sus denominaciones originales, y asegura que «mucho más importante que esto van a ser las competencias». Nekane Rodríguez coincide en que «más que de carreras, habría que hablar de

cambiante, son algunas de esas nuevas capacidades, igual que la flexibilidad y la polivalencia -la capacidad de trabajar en diferentes puestos; de ser un comodín y de demostrar flexibilidad funcional-, o la creatividad, la innovación, las habilidades relacionales y comunicativas, que se relacionan con una faceta internacional relevante, que lleva a manejarse y a ser eficaz en diferentes culturas en sentido amplio.

Paco Muro concluye que «el futuro está aquí para quedarse, y las nuevas tecnologías y el mundo global que tenemos exige usar todos los medios al alcance de forma eficaz. Un responsable de marketing digital no

## CABE PREGUNTARSE SI NOS ENCONTRAMOS ANTE UNA BURBUJA DE PROFESIONES

deja de ser un responsable de un medio, como antaño pudiera serlo el responsable de la revista interna de la empresa, pero no se le llamaba *magazine manager*. En ambos casos, se trata de alguien encargado de que algo se haga, sin que parezca necesaria una especialización profesional concreta para acometer bien esa tarea.

responsable de marketing digital no deja de ser un responsable de un medio, como antaño pudiera serlo el responsable de la revista interna de la empresa, pero no se le llamaba *magazine manager*. En ambos casos, se trata de alguien encargado de que algo se haga, sin que parezca necesaria una especialización profesional concreta para acometer bien esa tarea.

momento para que todo funcione. Hace relativamente poco tiempo podía parecer impensable la carrera de bloguero, pero mañana pudiera ser que se necesiten más creadores, redactores y gestores de blogs que técnicos en comunicación. Hoy ser diseñador gráfico es una profesión, que resulta especialmente relevante para esta realidad multimedia en la que estamos inmersos y en pleno desarrollo. Hasta hace no tan-

to era más bien una especialidad concreta de unos pocos».

En este sentido, la profesionalización de una función va en directa proporción con su dificultad de ejercerla bien a la altura de las nuevas exigencias. Lo que puede hacer casi cualquiera no se considera una profesión, pero lo que hay que prepararse a fondo y aprender sí logra esa apreciación. Y no todas las aparentes «nuevas profesiones» merecerían esa con-

sideración ya que muchas de ellas son apenas una ocupación digital.

José Manuel Casado, socio fundador de 2C Consulting, también cree que las profesiones van a ir

en Internet llegan a una página web y rellenan un formulario de solicitud de información.

► Un **affiliate marketing specialist** gestiona la relación entre la empresa y las redes de afiliación. Está especializado en la obtención de resultados por clic y venta.

► El **user experience specialist** o experto en usabilidad se encarga de que la web ofrezca una buena experiencia al usuario. Debe saber desarrollar interfaces digitales y estar familiarizado con la analítica web/digital.

► Los cargos de **app developer/ mobile designer** pueden incluirse en otros como **applications engineer** o **application development specialist**.

► La diversidad de dispositivos hace que las competencias requeridas varíen en el caso del **videogames & serious games developer**.

► El **mobile marketing specialist** crea campañas de marketing para **smartphones** o tabletas.

► El **digital analyst** da sentido y significado a los datos que se recogen de las diferentes herramientas de medición online.

El **web conversion specialist** o experto en conversión web es el responsable de aumentar las tasas de conversión y rentabilidad del negocio vía online.

► Por **data scientist** se entiende al investigador que resuelve problemas complejos mediante el análisis de múltiples fuentes de datos.

► El **ecommerce manager** define y gestiona la tienda online.

► El **social media manager** crea, desarrolla y supervisa la identidad de la marca en redes sociales.

► El **community manager** escucha, monitoriza y trata de crear una opinión positiva sobre la empresa y sus productos a través de redes sociales. Debe ser capaz de gestionar adecuadamente las crisis en los medios sociales.

► Por su parte el **web master** coordina el diseño, la estructura y la programación del sitio web, así como el mantenimiento y las actualizaciones.

► El **web developer & designer manager** tiene como principal responsabilidad técnica la creación de sitios web.



PATROCINA:



## Gymkana del Desarrollo Profesional

III EDICIÓN CURSO FORMATIVO COMUNICACIÓN:

# REPUTACIÓN CORPORATIVA on y off-line

MADRID  
2 - 30 de junio  
2015



PLAZAS LIMITADAS

@GymkanaUE

MÁS INFORMACIÓN Y RESERVAS DE PLAZA  
www.escolaunidadeditorial.es  
gymkana@unidadeditorial.es

91 443 53 36



## &gt;&gt; EMPRENDEDORES &amp; EMPLEO

## &gt; EDUCACIÓN

## ¿LA GENERACIÓN MÁS PREPARADA DE LA HISTORIA?

La informatización de las aulas no está repercutiendo en una reducción del paro juvenil, ni en más riqueza. Por E. Arrieta

Más PC en las aulas no repercuten en una reducción del desempleo juvenil ni en crear más riqueza. Es la primera conclusión de un informe publicado por el Parlamento Europeo el pasado marzo y elaborado por la consultora española de innovación Iclaves.

Más de una década después de los primeros programas *one laptop per child* (OLPC), de incorporación de nuevas tecnologías en los colegios, se puede empezar a analizar ya de qué modo ese tipo de iniciativas han ayudado efectivamente a crear la generación más preparada de la Historia. Los primeros datos, no obstante, aportan más sombras que luces. «El progreso está siendo mucho más lento de lo proyectado», resume el citado informe europeo.

«Suministrar tecnología en los colegios no es suficiente para transformar la educación», expone el estudio, que establece que para una digitalización eficaz de las aulas es necesario, antes de nada, involucrar a padres, alumnos, profesorado, directores de centros y reguladores.

La primera conclusión del estudio, que toma en consideración las principales variables macroeconómicas, es que los países que registran un rendimiento académico superior—mejores resultados en el Informe PISA—realizan en sus colegios un uso «modesto» de las nuevas tecnologías.

**NATIVOS DIGITALES.** Uno de los grandes motivos que explica que EEUU y Europa no se sitúan a la cabeza educativa, a pesar de contar con más medios, es que los propios alumnos no son verdaderamente nativos digitales. Mejor dicho, haber nacido en la Era de Internet no garantiza que todos los jóvenes sean «digitalmente competentes». Según

Iclaves, sólo un 30% de los estudiantes europeos lo son. Aun más, la tecnología no hace sino incrementar la brecha existente entre clases sociales. «La desigualdad emerge como resultado de la inhabilidad de usar correctamente la tecnología. Estamos ante una segunda brecha digital».

«Crear entornos tecnológicos en el sistema educativo sin marcar objetivos claros puede hacer más daño que bien. Dotar de ordenadores a estudiantes de familias de bajos ingresos puede empeorar sustancialmente los resultados académicos», dice el informe, citando una investigación de Jacob L. Vigdor y Helen F. Ladd, profesores de la Universidad de Washington y de la Universidad Duke, respectivamente. «Un programa más amplio, que incluyera formación a las familias, podría ayudar a mejorar los resultados», propone Iclaves.

«Las considerables inversiones públicas acometidas no han registrado los resultados esperados y la relación entre el uso de tecnología y el rendimiento académico es incierta», establece, por su parte, Sonia Livingstone, de la London School of Economics.

Lo que sí está claro es que las nuevas tecnologías alteran el modo en que recibimos, aprendemos y memorizamos, para bien y para mal. Entre los principales beneficios del uso de *gadgets* está la mejora en la resolución de problemas, en la motivación del alumno y en la visión espacial. No obstante, la tecnología puede provocar pérdidas en la capacidad de concentración, una disminución en la memoria y riesgos relacionados con la privacidad y el ciberacoso.

«En los últimos años, las políticas públicas de informatización de la enseñanza han madurado. Hubo un



La riqueza media ha aumentado, el acceso al conocimiento también, pero hay un 51,8% de paro juvenil. / DREAMSTIME

## &gt; OBJETIVO: FORMAR A LOS PROFESIONALES DEL FUTURO

► Ya en 2011, los jóvenes sin empleo suponían un coste para la UE de 153.000 millones de euros. Por eso, Bruselas ha marcado como prioridad crear un modelo educativo que aporte las capacidades que exigen las empresas.

► Dentro de la Unión Europea hay grandes diferencias entre países. España y Grecia encabezan el ranking de desempleo juvenil, con tasas por encima del 50%. China y otros países asiáticos tienen un ratio de paro juvenil menor al de la media de la UE.

► El PIB de la UE estuvo estancado entre 2009 y 2012, mientras que el de China y otros países asiáticos creció más de un 30%.

► Los países europeos no han registrado mejoría en las calificaciones de matemáticas del examen PISA en los últimos tres años.

► La tasa de abandono escolar en España, pese a haberse reducido desde 2006, continúa siendo dramática: en 2014 fue del 21,9%, según Eurostat.

tiempo en el que vendíamos muchos ordenadores, pero muchos acababan en una caja sin abrir, almacenados en alguna parte y olvidados. Hoy, los volúmenes de los concursos públicos son menores, pero nos consta que a los equipos se les está dando un uso mejor», asegura Emilio Dumas, responsable de Informática Profesional de Toshiba Iberia, grupo tecnológico que en España fue pionero en abandonar el sector educativo.

Para Dumas, el modelo de copago de equipos—donde la Administración subvenciona una parte del coste y los padres aportan el resto—es el que «mejor nos está funcionando. No es un modelo perfecto, pero en general percibimos que los PC en cuya com-

pra participaron las familias se cuidan mejor», asegura este ejecutivo.

**MUCHO EN JUEGO.** «La forma en que eduquemos a nuestros hijos marcará el futuro de nuestros países y de nuestra sociedad. La educación determinará qué países están preparados para el futuro y cuáles, por el contrario, serán incapaces de competir en el mundo de la tecnología y el conocimiento», dice Juan Martínez-Barea en el libro *El mundo que viene*. En España, más de 40.000 estudiantes de 4º de ESO se examinarán en los próximos días del PISA. El resultado se conocerá a finales de 2016.

«¿Para qué sirve el colegio?», se

pregunta Isra García, fundador de *Stand OUT*, un programa de formación disruptivo que llegará a Madrid el próximo junio. «¿Y si enseñáramos a los niños a comunicarse por Skype? ¿O a utilizar Twitter como fuente de información? ¿Y si les mostráramos que un blog es su libro de vida, que estará para siempre en Internet y todo el mundo lo podrá mirar? ¿Y si les enseñáramos a encontrar sus propias noticias a través de las redes sociales? Pero para eso, hay que educar al profesorado, y evaluarlo», opina García.

«La generación más preparada de la Historia? «Mejor dicho, es la generación con más posibilidades», concluye este emprendedor.

## EL SECRETO DEL MODELO FINLANDÉS

Hace unos días, un problema de lógica planteado en Singapur a niños de catorce años se hizo viral. El enunciado resultaba complejo, en primer lugar, porque no estamos acostumbrados a enfrentarnos a problemas de esa naturaleza. En cualquier caso, resulta impensable que un contenido similar se incul-

que en las escuelas de Secundaria españolas. Singapur es, de hecho, uno de los sistemas educativos mejor valorados en el mundo.

En Europa, Finlandia es el referente, por ser uno de los mejor evaluados cada año en el Informe PISA. Unos resultados que se obtienen a pesar de que los niños finlandeses

reciben menos horas de clase (sólo tienen 3 ó 4 clases al día) y hacen menos deberes. En Finlandia, más del 90% de las escuelas son públicas (dependen de los municipios) y los niños se matriculan en la que tienen más cerca de su casa. Además, la educación obligatoria empieza más tarde: a los 7 años; y hasta 5º curso

(11 años) no hacen exámenes ni reciben clasificaciones.

Es difícil saber cuál es el secreto del modelo finlandés, más allá de que la titulación equivalente a Magisterio es allí especialmente exigente y larga, y que para ser aceptado en esta carrera universitaria se han de superar entrevistas personales

para demostrar que verdaderamente se posee una vocación de maestro. En realidad, su sistema educativo es relativamente moderno. Se reformó a comienzos de los setenta, como parte de un plan para reconstruir el modelo productivo del país.

Ahora, algunos centros en Finlandia están empezando a instaurar la enseñanza por proyectos en el Bachillerato (+ 16 años), con el objetivo de potenciar capacidades y habilidades útiles en el mundo laboral.