

DIGITALIZACIÓN

El siglo de los profesionales 3.0

La revolución tecnológica ha provocado un déficit de trabajadores con perfil digital. Las universidades presentan nuevas titulaciones para hacer frente a la demanda de las empresas

JESSICA NIETO
 ¿Cuánto tiempo hace que no compra las entradas para un espectáculo directamente en taquilla o cuánto fue la última vez que envió una carta por correo postal a un amigo en vez de un mail? Si hasta es posible organizar las vacaciones familiares o hacer la compra a golpe de clic. La tecnología ha cambiado nuestra vida, e internet, el comercio electrónico y los contenidos digitales forman parte del día a día de personas e instituciones.

Según un informe de Adecco sobre el futuro del empleo en España, nuestro país ha sufrido una gran transformación en su tejido productivo en los últimos 40 años. Tanto es así, que la tradicional división sectorial que se hacía de la economía (sector primario, secundario y terciario) ha quedado obsoleta, dando lugar a un nuevo tejido empresarial, dividido en los sectores tecnológico y de I+D+i; turismo y ocio; salud y bienestar y energía.

Esta nueva sociedad obliga a las empresas a reinventarse, así como a adaptar las formas de trabajo. De acuerdo con el informe *Estrategia para un mercado único digital para Europa*, la demanda de profesionales cualificados en el ámbito digital está creciendo a un ritmo del 4% cada año.

Según cifras de la Unión Europea, hasta 2020 se crearán 900.000 nuevos puestos de trabajo tecnológicos, siendo los perfiles vinculados al mundo digital los que más crecerán en los próximos cinco años.

Se estima que serán necesarios entre 25.000 y 50.000 programadores y desarrolladores; entre 60.000 y 70.000 *community managers* y *marketers* para el mundo móvil; entre 15.000 y 45.000 puestos relacionados con el dise-

ño visual y la creatividad digital; y entre 10.000 y 14.000 destinados a la estrategia y gestión de negocio. Analistas en *big data*, especialistas en redes sociales e incluso los *youtubers* también ganarán en importancia. De no coordinar medidas entre los estados miembros, el déficit de profesionales con este perfil en la Unión Europea podría alcanzar los 825.000 puestos de trabajo en 2020.

Es más, de acuerdo con el informe *Global CEO Outlook*, de la consultora KPMG, de los cinco problemas que más preocupan actualmente a los CEO del mundo, tres tienen que ver con el nuevo entorno digital: la transformación, la innovación y la ciberseguridad de las empresas.

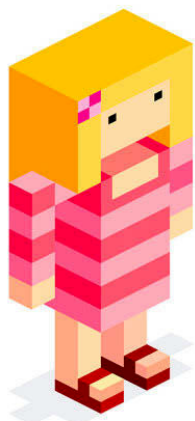
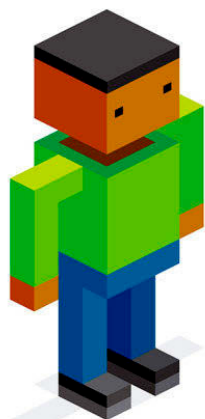
FALTA DE PERFILES

Sin embargo, una de cada tres empresas consultadas en dicho informe confiesa que el principal problema al que se enfrentan es el desajuste entre la oferta y la demanda de profesionales, motivado en gran parte por la brecha formativa y de especialización de nuestro mercado laboral actual.

Es decir, existe un déficit de profesionales de perfil digital que podría agrandarse en el futuro con la aparición de nuevos puestos de trabajo, cada vez más es-

pecializados –tanto de grado como de máster– que ofertan las universidades españolas tengan un perfil más adecuado a las necesidades reales del sector y, por otro, que exista una mayor variedad de titulaciones oficiales vinculadas a la Economía Digital.

En este sentido, el libro estructura la oferta formativa en tres grandes bloques: tecnología de la innovación; diseño visual, arte y creatividad; y estrategia de gestión y negocio. Entre sus principales conclusiones, establece que, en la actualidad, el número de las titulaciones relacionadas con la economía digital es insuficiente. Además, en-



tre las titulaciones disponibles hoy en día, hay más de máster que de grado, ya que la Economía Digital se considera como un área de especialización. Una situación que hay que cambiar.

«¿Qué tendría que tener un grado para formar a los directivos de las empresas del siglo XXI?», se preguntaron desde ESIC. Esto, unido a los informes de empleabilidad de las consultoras en los que se demandaban unos perfiles profesionales distintos a los que pueden encontrarse en las universidades dio lugar al Grado en Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital.

«Trabajar en entornos de red; la formación en nuevas competencias digitales adaptadas a la sociedad actual y la capacidad de discriminar las nuevas fuentes de información –no todo lo que se lee en internet es cierto– son algunas de las competencias en las que se forman estos titulados», señala Jose Manuel Mas, director académico de esta carrera. «Un grado que no sustituye al tradicional de ADE, ya que se sigue enseñando contabilidad y finanzas, pero adaptadas a las empresas del

específicos. Ante ello, universidades y escuelas de negocio han presentado nuevos grados y programas para formar profesionales preparados para afrontar esta revolución 3.0.

En septiembre del año pasado, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo presentó su *Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la Economía Digital*. Este tratado persigue dos objetivos: por un lado, conseguir que los ti-



siglo XXI», apunta. El resultado son profesionales que entienden qué es la economía digital, cómo funciona, cuál es su impacto en el mundo empresarial y cómo pueden desarrollar estrategias *online* y planes de *marketing* digitales.

«Las compañías son las primeras en incorporar a su trabajo las nuevas tecnologías, de ahí la importancia de crear un título especializado en empresas digitales», dice César Martín de Bernardo, director del Área de Empresa de la Universidad Europea de Madrid. Así, el itinerario de especialización en Empresa Digital del Grado en ADE de este centro incorpora al aprendizaje de las asignaturas tradicionales otras nuevas, como Tecnología de Gestión, Comercio Electrónico, Gestión de *Startups* o Influencia e Impacto personal (que busca que el alumno tome conciencia de la importancia de su marca personal en las redes sociales). «Es lo que llamo ADE 2.0», apunta.

Dicha teoría la corrobora Rafael Ramiro, profesor del Grado en Dirección Internacional de Empresas y director general del Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-tad), adscrito a la Universidad Camilo José Cela: «Un egresado en ADE no tiene que saber sólo de finanzas o de *marketing* en general; es importante que, durante la carrera, haya tocado también el producto o servicio digital». Por ello, sus alumnos cursan durante los dos primeros años las asignaturas tradicionales de la carrera, mientras que en tercero y cuarto se incorporan otras titulaciones para estar en contacto con ingenieros, desarrolladores gráficos o programadores, entre otros.

NUOVA REALIDAD

También de la U-tad es el Grado en Ingeniería en Desarrollo de Contenidos Digitales. «La vocación digital forma parte de esta sociedad. Por ello, los alumnos quieren estar preparados para hacer frente a esta nueva realidad», dice Juan Corro, director académico de la titulación.

Busca formar estudiantes que sepan desarrollar, distribuir y generar contenidos en red y para la red en los nuevos soportes de la

CONSEJOS

El informe 'Habilidades de trabajo para 2020' de Sodexo analiza cuáles van a ser las aptitudes imprescindibles que deben tener aquellas personas que busquen trabajo a corto plazo.

PENSAMIENTO CRÍTICO. En un mundo cada vez más dominado por máquinas inteligentes, el pensamiento crítico es aquella capacidad de análisis innata de las personas y que nos distingue de los robots.

INTELIGENCIA SOCIAL. Se define como la habilidad para conectar con los demás para provocar en ellos una reacción positiva.

ADAPTACIÓN. Destreza para aportar soluciones y respuestas más allá de lo rutinario.

CULTURALIDAD. Además del dominio de idiomas, es la capacidad de adaptación a las circunstancias cambiantes y a los nuevos contextos.

DOMINIO DEL 'BIG DATA'. Aptitud para traducir grandes cantidades de datos abstractos y comprenderlos.



sociedad de la información, como películas generadas por ordenador, videojuegos o sites y optimizar los negocios e incrementar su valor mediante la utilización de diferentes herramientas y plataformas digitales tales como el *cloud computing*, la publicidad digital, las redes sociales y el *e-commerce*. Y añade: «Los programas se revisan con frecuencia y se van actualizando cada año para adaptarse a los nuevos paradigmas y a esta realidad tan cambiante».

Precisamente, esta nueva realidad fue lo que llevó a la Universidad San Pablo-CEU a crear, en 2012, su Grado en Comunicación Digital, el primero de este tipo que se imparte en España. «Fueron las

La demanda de profesionales en el ámbito digital crece a un ritmo del 4% anual

empresas del mundo de la publicidad las que empezaron a demandar un perfil que no existía hasta entonces», explica Teresa Barceló, coordinadora del grado.

Por ello, adaptando las necesidades reales del sector, la universidad decidió crear esta titulación, que amplía los conocimientos del grado tradicional en comunicación con dos nuevas patas: el desarrollo web y el emprendimiento. «Vimos que tecnología y comunicación iban cada uno por su lado», aclara Barceló, «por eso este gra-

do busca formar profesionales con conocimientos en ambas materias. No son programadores, pero entienden de programación y pueden comunicarse con ellos», explica.

También se les prepara para hacer las estrategias de comunicación de las empresas. «Son *community managers*, pero de verdad». Este año acaba de graduarse la primera promoción de comunicadores digitales. «La mayoría cursa la titulación totalmente en inglés y la combina con otro grado, como publicidad o periodismo», añade. El año que viene también se podrá cursar junto con Humanidades o Marketing.

El arte tampoco se libra de tener su versión digital. Así, el Grado en Diseño Visual de Contenidos Digitales de U-tad vendría a ser la versión del siglo XXI de la clásica licenciatura en Bellas Artes.

Destaca por la heterogeneidad de los contenidos que se imparten, como fotografía, arte digital, narrativa audiovisual o animación 3D, y ofrece una formación completa en fundamentos artísticos y de diseño para su aplicación al mundo digital.

Los alumnos adquieren los conocimientos y habilidades necesarios para la dirección de proyectos, siendo capaces de idear, diseñar y crear contenidos digitales. Además, esta titulación destaca por su elevada tasa de empleabilidad en sectores que van desde el marketing, la publicidad y el branding, al diseño web, multimedia de videojuegos y animación.



Un joven se entretiene con unas gafas de realidad virtual Oculus Rift. / BLOOMBERG

Titulados en videojuegos, mucho más que diversión

J.N.

La nueva edad de oro que está viviendo la industria del videojuego gracias al auge de los juegos para dispositivos móviles ha convertido a este sector en uno de los de mayor crecimiento de la economía española. Según el *Libro Blanco del desarrollo español de videojuegos 2015*, de la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de

Videojuegos y Software de Entretenimiento (DEV), en 2014 esta industria facturó 412,4 millones de euros, casi un 31% más que el año anterior. Un dato que tiene un claro reflejo en cuanto a empleabilidad de los egresados: se estima que, para 2018, el número de las contrataciones crezca un 28%, siendo el 60% de los nuevos puestos de carácter indefinido.

De ahí la necesidad de formar profesionales plenamente cualificados. Ante este panorama, son varios los centros que ofertan estudios en esta especialidad. Uno de ellos es la doble titulación en Ingeniería Informática de Gestión y Sistemas de Información y Diseño y Producción de Videojuegos de la Universidad Pompeu Fabra (UPF). Las asignaturas

combinan el aprendizaje de los fundamentos técnicos del ingeniero informático con la especialización en el desarrollo de videojuegos. El resultado son profesionales expertos en diseño, arte y producción y desarrollo de juegos, así como en programación de webs y móviles, servicios en la nube y gestión de proyectos y equipos.