

DIGITALIZACIÓN

Aprender a competir con las máquinas

La tecnología avanza más rápido que los currículos universitarios y las instituciones académicas actualizan su oferta cada año para responder a las demandas del mercado, que busca perfiles híbridos con destrezas que no se incluyen en muchos programas tradicionales. **Por Macarena P. Lanzas**

La transformación es imparable: todos los sectores han tenido que revisar su forma de producir, distribuir y comercializar los productos y servicios. Por su parte, los hábitos de consumo ya hace tiempo que se posicionan a favor de lo digital por su agilidad y accesibilidad. Así, durante los últimos años han proliferado nuevos modelos de negocio gracias a las posibilidades de las plataformas *online*.

Las empresas demandan perfiles híbridos que a menudo no se corresponden con las titulaciones tradicionales y saber moverse en esta nueva selva tecnológica es ya un requisito imprescindible en el currículo. Este hecho se refleja cada vez más en las instituciones académicas, que renuevan sus contenidos para dar respuesta a las exigencias de un mercado laboral que se encuentra en continuo cambio.

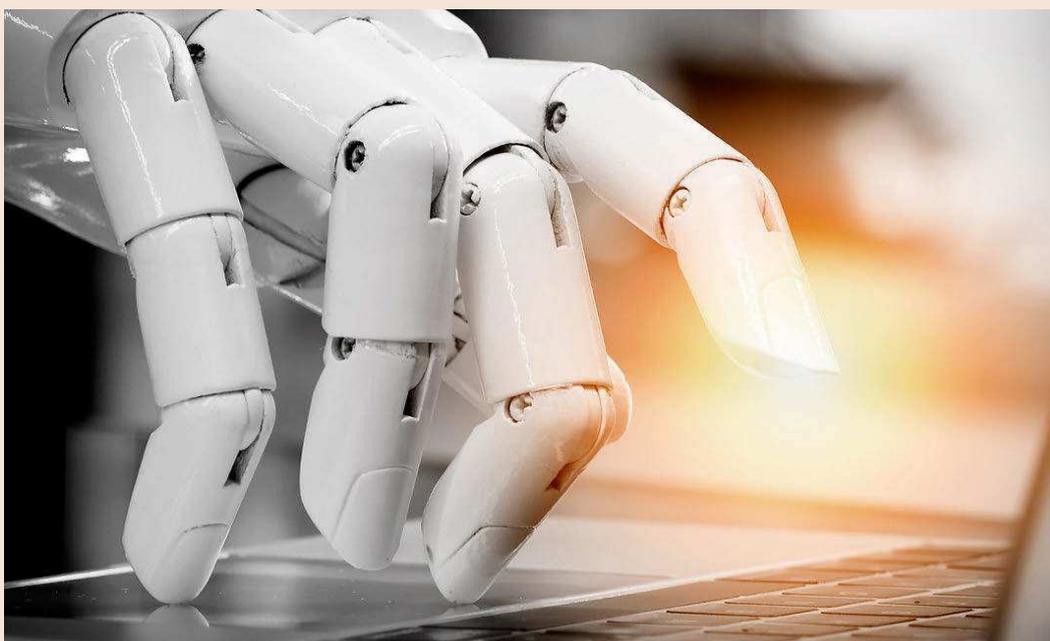
“Cada vez es más habitual que los alumnos quieran formarse en nuevas tecnologías, o que busquen una opción menos técnica pero que se pueda complementar con una especialización en análisis de datos y temas relacionados. La demanda de estos conocimientos por parte de las empresas va en aumento y, por tanto, con estos estudios encuentran trabajo fácilmente”, explica Irene Vilà, vicedecana de la Escuela de Postgrado de EAE Business School.

En esta escuela de negocios se han incluido recientemente especializaciones como Data Science and Machine Learning; Fintech, Insurtech & Cryptocurrency; Digital and Internet Entrepreneurship; y Smart Cities. Contenidos que acompañan a otros como el Minor en Big Data & Analytics en las Organizaciones. Los posgrados se han reforzado con más horarios y opciones, como el Máster en Big Data y el de Metodologías Ágiles y Desarrollo de Producto, que empieza en octubre.

Las salidas profesionales son diversas. Por un lado están las posiciones más tecnológicas, como las relacionadas con la extracción y el tratamiento de datos, y por otro las tradicionales, que son las que están ligadas a áreas como el *marketing*, las finanzas y los recursos humanos, en las que se necesitan conocimientos básicos de transformación digital, análisis de datos y nuevas tecnologías. “Un currículum que no lo cumpla se quedará rezagado con el tiempo”, advierte Vilà.

Coinciden con esta afirmación en la escuela de comunicación y *marketing online* Aula CM. En este centro, el perfil de los estudiantes es tan variado como su oferta: desde recién graduados en periodismo, comunicación audiovisual, publicidad y ADE, que quieren complementar su formación con disciplinas digitales, hasta emprendedores que necesitan manejar ciertas herramientas y empleados cuyas empresas asumen el coste.

Un curso de *community manager* para aprender a gestionar una marca personal; de diseño gráfico y audiovisual, para manejar herramientas como Adobe Indesign, Illustrator, Photoshop, Premiere, Audition o After Effects; uo



Las competencias digitales son cada vez más demandadas por las empresas, que a menudo tienen problemas para cubrir ciertos puestos.

de SEO, que enseña a diseñar planes de acción, optimizar contenidos y conseguir enlaces de calidad... Todos se imparten en modalidad presencial y *online* y los alumnos tienen derecho a asistir a clases de actualización y a acceder al contenido de su área privada de por vida, para que no pierdan el ritmo de las nuevas tendencias.

En su portfolio ofrecen también un Máster de *Marketing Digital* con ocho módulos, prácticas y un mes de tutoría. “El mercado laboral requiere perfiles más completos. Buscando prácticas para los alumnos nos encontramos con ofertas que pedían *community managers* con conocimientos de SEO, *copywriting*, que supieran poner anuncios, diseñar con *Illustrator*... No se trata de gestionar comunidades en redes o de crear una estrategia de comunicación, las firmas piden auténticos *marketers* digitales”, explican.

Competencias muy demandadas que se reflejan en las nuevas propuestas del Instituto de la Economía Digital de *Esic* (*Icemd*). En su oferta académica figuran un Máster en Big Data Management; programas superiores en Programática y RTB, en *Marketing Automation* & CRM sobre *Salesforce* y en *Marketing Digital*; y un curso en *Gaming & eSports Business Development*.

“Las titulaciones que mayor éxito tienen son las relacionadas con el *big data*. Las empresas demandan cada día más perfiles con estas com-

El *marketing digital* es una de las áreas en las que se buscan expertos en un mayor número de materias

Las titulaciones que más éxito tienen actualmente son las que guardan relación con el ‘*big data*’

La escasez de algunos perfiles se debe a que la tecnología avanza más rápido que la oferta formativa

petencias y, sin embargo, existe una carencia de ellos en el mercado”, asegura Belén Grana, directora del Área Académica de *Icemd*.

Este desequilibrio se origina en las universidades, donde, según Aula CM, todavía no ha llegado esta formación. «Las empresas se quejan de que no encuentran los profesionales que necesitan porque los avances tecnológicos van más rápido que los currículos universitarios», añade Óscar Fuente, director de *IEBS*.

Entre las nuevas titulaciones de esta escuela de negocios figuran el Máster en Finanzas y Banca Digital, con lo último del sector, como *legaltech*, *regtech* y *wealthtech*; el Posgrado en Digital Product Manager; el Máster en Business Intelligence y Data Science, para desarrollar algoritmos de análisis predictivo con técnicas de *machine learning* y *deep learning*, así como implementar proyectos de *big data* e inteligencia artificial; y el programa de Project Management.

Si está pensando en qué opción se ajustaría más a su perfil, sepa que manejar una habilidad y olvidarse del resto tampoco basta. “No es que la especialización haya muerto, es que todos tenemos que hablar el mismo idioma. Hay que tocar muchas áreas, aunque sólo ejerzas la de tu especialidad. Son los retos de las nuevas titulaciones y de los profesionales si queremos seguir siendo empleables”, sentencian desde Aula CM.

LOS TÍTULOS DE GOOGLE

Hay dos certificaciones ofrecidas por Google que actualmente son muy valoradas: Google Ads, que acredita que la persona es experta en publicidad *online*; y Google Analytics Individual Qualification (IQ), que demuestra que existe un dominio de la analítica web y la herramienta Google Analytics. Ambas son titulaciones internacionales y gratuitas. “Muchas empresas están demandando personal especializado en este tipo de certificaciones porque la mayoría trabaja con estas herramientas”, explican desde la escuela de comunicación y *marketing online* Aula CM. Este centro académico ofrece dos cursos para ayudar a los alumnos a obtener estos reconocimientos. Dentro de la industria del *marketing* hay otras firmas, como HubSpot, que también ofertan este tipo de titulaciones. En otros sectores son conocidas las titulaciones de Microsoft, que funcionan de manera similar.