

TENDENCIAS



NUEVOS TRABAJOS El intendente de organización, el 'agro chef' o el 'wiki writer' son alguno de los profesionales con trabajo garantizado en 2030.



PROFESIONALES INÉDITOS Grandes compañías y 'start up' tienen puestos sus ojos en expertos en marketing digital, analistas web, e-mobile y 'big data'.



TENDENCIAS DE EMPLEO Las profesiones con éxito en el próximo lustro no existen, pero los cambios del mercado permiten cierta anticipación.



FÓRMULAS DE TRABAJO Los profesionales se vuelven 'móviles' y abrazan fórmulas de trabajo independiente o por proyectos.



NUEVO ESPACIO Hay portales y 'apps' de contratación que ofrecen a empresas y particulares servicios a cambio de una comisión, cuota o gratis.

Nuevos perfiles y fórmulas de trabajo

Quizá dentro de unos años la mayor parte de la plantilla no esté trabajando físicamente en la sede de tu compañía. Cambian los modelos laborales y el concepto de trabajo. Y surgen profesiones que responden a las necesidades de un nuevo escenario con perfiles inéditos. **Por M.M., E.A., A.B. y T.F.A.**

El trabajo será muy distinto. Algunos colegas de tu oficina irán y volverán durante ciertos días a la semana, o por pocos meses; otros estarán asociados a proyectos concretos; y hasta tendrás compañeros superespecialistas en microtarefas específicas, y deberás coordinarte con equipos que actúan desde lugares diversos y lejanos.

El trabajo ya no tendrá nada que ver con un lugar al que vas cada día, y esto implicará un cambio cultural en la persona; una transformación de la carrera profesional y un cambio de chip para adecuarse a una actividad profesional por proyectos. Es el auge de modalidades flexibles en las que el profesional cambia la forma de enfrentarse al mercado de trabajo.

La mayor parte de nosotros pasará periodos más o menos largos en alguna forma de autoempleo en el que se intercalará la formación, y nuestra carrera promedio abarcará dos o tres ocupaciones y más de media docena de empleos.

Hablamos de trabajadores *freelance*, a tiempo parcial, autónomos, que no quieren o no pueden conseguir un puesto en el núcleo central de la organización, y que muestran más flexibilidad en su relación laboral, ofreciendo un servicio de calidad.

Para satisfacer todas esas fórmulas de *freelance*, o especialistas concretos para una duración determinada, las empresas deberán ofrecer herramientas que permitan trabajar con el sello de la compañía; para operar desde cualquier parte del mundo.

Si es posible elucubrar sobre los nuevos modelos, también puede hacerse con las nuevas profesiones. Un reciente informe de Sodexo aglutina éstas en tres grupos: fusión de carreras, resolución de problemas y todo lo relacionado con el equipamiento.

Fusión de carreras

En el primer grupo nos encontramos con profesiones de futuro como el

operador de vehículo autónomo, una versión sofisticada del chófer tradicional con conocimiento de recorridos alternativos que faciliten la movilidad de un punto a otro; el agricultor chef, que trabajará en determinados productos basados en la demanda del cliente; el planificador de identidad digital; la enfermera de la salud medioambiental –conocimiento de medio ambiente y sus efectos en la salud de las personas–;

personas o sociedades–; gerentes *Global Sourcing*, que son expertos en pasar de un sistema de gestión nacional a otro multinacional; sanadores enmarcados en las terapias alternativas; gestores de marca personal; agregadores de talento que manejan bases de datos de miles de profesionales independientes y que en un periodo de tiempo muy corto, pueden hacer el montaje de un equipo para acometer un proyecto con-

empleo verde, impulsado por la reducción real del impacto ambiental provocado por el hombre y los profesionales que tienen que ver con un lavado verde de la imagen de las compañías; los consejeros laborales, expertos en asesoramiento profesional; los diseñadores e ingenieros de carreteras; o los *terabyte* y *life-logger*, expertos en mantener la vida virtual de un profesional o de las empresas.

cios; y al *digital communication specialist*, que tiene como función 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 no sólo técnicos, como por ejemplo de neuromarketing.

El *digital marketing manager* supervisa la estrategia de marketing digital de la compañía; mientras que 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 responsable de cuentas digitales coordina al equipo que gestiona las cuentas digitales a cartera de clientes; el *social CRM manager* crea o mantiene las estrategias centradas en la relación con el cliente (online y offline); sin olvidar a los SEO y SEM *specialist* o a los expertos en captación de *leads* –captan usuarios que tras una búsqueda en Internet llegan a una página web y rellenan un formulario de solicitud de información–; a los *affiliate marketing specialist* –gestionan la relación entre la empresa y las redes de afiliación–; los *acquisition specialist* –aumentan el tráfico teniendo en cuenta su coste efectivo–; los *social media manager*; *community manager*; *web master* y *web developer & designer manager*, o los expertos en usabilidad, junto con los desarrolladores de apps –un perfil muy cotizado–; los ingenieros de aplicaciones; desarrolladores de videojuegos; *mobile marketing specialist*; *digital analyst* (da sentido y significado a los datos que se recogen de las diferentes herramientas de medición online); los expertos en conversión y rentabilidad del negocio online; los *data scientist* –investigadores que resuelven problemas complejos analizando fuentes de datos–; o los *e-commerce manager*, que definen y gestionan la tienda online.



el tecnólogo financiero; los gerentes que organicen el espacio en función de las necesidades de los profesionales; los encargados de gestionar la comunidad online en las empresas; el coordinador de la atención personal, que servirá de puente entre el individuo y todas las organizaciones de la salud y los servicios; o el gestor de capitales relacionados con incubadoras, *spin off*, inversión en *start up*, y su seguimiento.

Resolución de problemas

En este segundo grupo se encuadran los responsables de experiencia; arqueólogos digitales –expertos en limpiar la identidad digital de

creto; técnicos residentes, responsables de todos los sistemas de la organización; o los escritores *wiki*, versátiles y capacitados para manejar información de diversos campos, estilos y en distintos soportes.

Reequipamiento

En el tercer grupo encontramos al arquitecto de realidad virtual y al responsable de relaciones virtuales; también al almacenador de energía, que canaliza la que se genera por el sistema de personas y tecnología; el arquitecto de sistemas globales; el orientador profesional de medio ambiente; el psicólogo de plantas, que entronca con la proliferación del

Perfiles digitales

Por su parte a Digital e Inesdi ya han elaborado el *Vademecum de las profesiones digitales*, que trata de arrojar algo de luz sobre la diversidad de denominaciones y la confusión en torno a las capacidades que requiere cada una. Entre las principales está el *digital manager*, que supervisa la estrategia digital de la compañía; o el ejecutivo digital de ventas, que realiza las actividades promocionales y de ventas.

También hay que citar al *digital project manager* o responsable de proyectos digitales, que lidera e impulsa la transformación o mantenimiento del área digital de los nego-