

## FORMACIÓN

# Nuevas titulaciones para los empleos del futuro

El número de puestos de trabajo relacionados con la tecnología aumentará un 25% cada año, casi el doble que la media de la UE

**E**n 2015, 85.000 puestos de trabajo relacionados con las nuevas profesiones digitales quedaron vacantes en España, según los datos de la Fundación Telefónica. Un dato preocupante para un país con más de 4,7 millones de parados, que se enmarca dentro de un panorama poco halagüeño para los trabajadores que cuentan con una menor formación. Según un informe conjunto sobre el empleo de las firmas CBRE y Genesis, un 50% de las profesiones que hoy existen habrán desaparecido para el año 2025. Una estimación muy próxima a la que hacen los investigadores de Oxford en el informe *The Future of Employment*, que sitúa la desaparición de empleos en un 47%. Un presente y un futuro al que las universidades se ven obligadas a adaptarse, transformando las titulaciones ya existentes y creando otras nuevas.

La buena noticia es que España cuenta con los mimbres necesari-

os para poder construir un sólido tejido productivo en actividades profesionales relacionadas con el mundo digital. Según el boletín *Avance del Mercado Laboral* elaborado por **Asempleo**, los jóvenes españoles cuentan con habilidades digitales más avanzadas que la media europea. Una pericia en el manejo de las nuevas herramien-

**Comercio electrónico, marketing digital y 'big data' son las áreas con mayor proyección**

tas tecnológicas que crece a medida que aumenta el nivel formativo.

De hecho, a pesar de las decenas de miles de puestos de trabajo que por el momento han quedado vacantes, el mercado laboral proyecta un futuro optimista en el ámbito de las habilidades digitales. Según **Asempleo**, la demanda en este cam-

po aumentará a un ritmo constante del 25% hasta el año 2020 en nuestro país, el doble que la media de los estados de la Unión Europea.

Un panorama ante el que las universidades intentan anticiparse con la creación de nuevas titulaciones que hace diez años no existían. Entre ellas, las más demandadas son las relacionadas con el marketing digital, el diseño y todo lo asociado con el comercio electrónico—donde entran en juego otras disciplinas como el conocimiento del *cloud* y *big data*—, que buscan responder a una nueva lógica empresarial basada en la interrelación entre el mercado laboral, los consumidores y las

marcas.

«La formación universitaria tiene que estar siempre ligada a la innovación. Debe primar la creatividad, estar a la vanguardia en temas de logística y ofrecer un equipamiento lo más moderno posible, para que la formación académica se adapte a las necesidades de las empresas y

así lograr graduados más competitivos», explica Javier Peláez, responsable de recursos humanos y carreras profesionales de la universidad Cesine.

Una premisa con que el vicedirector del Instituto Europeo de Diseño

(IED) de Madrid, Darío Assante, lleva un paso más allá. «Una formación que se limite a las herramientas será siempre insuficiente: hay que dar las claves para entender el contexto y las pistas para el uso de aquellos medios que hoy son eficaces. No olvide-





## VISIÓN.

Las grandes empresas multinacionales ofrecen un mayor volumen de trabajo y unos niveles salariales mucho más elevados en las nuevas profesiones relacionadas con la tecnología que las pymes y 'startups'. / MONIKA WISNIEWSKA

presión digital y en 3D de última tecnología, que busca cubrir la brecha que existe actualmente entre los procesos de fabricación (tradicional y digital), el espíritu empresarial, el desarrollo profesional, la investigación y la formación de sus alumnos.

Bajo el lema *La Fábrica de lo que no existe*, este espacio busca aunar experimentación, investigación y versatilidad de formatos y técnicas para crear, por ejemplo, prótesis para humanos y animales, instrumentos musicales, ropa, accesorios y viviendas capaces de generar energía.

Dentro de esta dinámica laboral sometida a un cambio acelerado, los másteres se antojan como la herramienta formativa que goza de una mayor versatilidad y capacidad de adaptación a las demandas del mercado. «Marketing, recursos humanos, *community manager*, finanzas y derecho bancario son los más solicitados entre los estudiantes porque las empresas exigen perfiles cada vez mejor formados con un alto nivel de *expertise* en estos campos», asegura Patricia Enríquez, coordinadora de programas de posgrado de Cunef.

Poco a poco se está produciendo un cambio de paradigma en la de-

manda de empleo, y la fusión entre disciplinas de ciencias y de letras se encuentra cada vez más valorada. «La combinación de un perfil científico-técnico con titulaciones de humanidades empieza a ser muy demandada», señala Enríquez. Un cambio que también se percibe desde el IED y que canalizan a través de su aproximación basada en el *design thinking*. «Se trata de derivar el modus operandi y una manera de pensar a través del diseño hacia territorios más concretos, como la estrategia de negocios, la publicidad o el marketing», asegura Assante.

Sin embargo, a pesar de requerir un alto nivel de especialización y profesionalización, los niveles salariales para los nuevos titulados en estas especialidades continúan encontrándose por debajo del salario medio español, que se sitúa en los 26.259 euros al año. «Un perfil junior de uno a tres años de experiencia en estas áreas profesionales no suele superar los 20.000 euros brutos al año de base», asegura Javier Peláez, responsable de Recursos Humanos y Carreras Profesionales de Cesine. «Para los perfiles que requieren cinco o más años de experiencia y un bagaje acumulado [un grado de experiencia que tradicionalmente se ha calificado de *senior*], los salarios pueden superar ampliamente esas cifras, si se añade un adecuado desarrollo competencial, la realización de posgrados adecuados y unos conocimientos elevados de idiomas que aporten valor a la empresa».

Quienes consiguen alcanzar el nivel *senior* cumpliendo con los requisitos antes mencionados optan a un nivel salarial mucho más desahoga-

do. «En el área del marketing digital estamos hablando de franjas entre 35-50.000 euros brutos al año para el contexto nacional», señala Assante. «Mientras tanto, en el ámbito relacionado con el diseño de experiencia de usuario, la franja a nivel nacional oscila alrededor de los 40.000 euros brutos al año. Una cantidad que casi se duplica en el caso de empresas en el extranjero, donde este perfil se encuentra más valorado y puede llegar fácilmente a los 70.000 euros brutos al año», incide.

El dominio de la tecnología se ha convertido en un arma de doble filo para el mercado laboral. Según un reciente estudio de la Unión Europea, el 45% de los puestos trabajos actuales requieren habilidades tecnológicas, un porcentaje que aumentará hasta el 60% en 2020. Para ese año, la UE estima que existirán más de 800.000 puestos de empleo vacantes sin cubrir que requieren de una formación específica en esta materia.

Pero las estimaciones en el conjunto del mercado laboral no resultan tan halagüeñas. Estudios como el elaborado por los profesores Erik Brynjolfsson y Andrew McAfee del MIT Sloan School alertan de que precisamente estas nuevas tecnologías destruyen empleos a una mayor velocidad de la que los crean. Sin embargo, otros informes como *Avanzando hacia la Igualdad* de Accenture o el elaborado por ERSNT&Young señalan hacia esta tecnología como un factor que contribuye a reducir la brecha de género entre hombres y mujeres. Un panorama extremadamente competitivo en el que una buena formación específica será más definitoria que nunca.

mos que en ámbitos digitales los avances y los cambios son diarios, y por ello es importante mantener un alto grado de flexibilidad y conocer las bases. Es fundamental para luego saber derivar actualizaciones y las diferentes aplicaciones», señala.

En esta línea, el IED apuesta por sinergias con centros de referencia a nivel mundial como el Massachusetts Institute of Technology (MIT) de Estados Unidos. Ambas instituciones han creado un espacio de 300 metros cuadrados dedicado a la im-