

Un nuevo ecosistema laboral prospera en tiempos de pandemia

Durante el confinamiento, a las ocho de la tarde, Miguel García salía a la ventana de su casa a aplaudir. «Necesitaba ese rato de interactuar con la gente que estaba a mi alrededor, incluso nos tomamos algún día un vino de balcón a balcón». Así, asomado a la ventana, conoció a la vecina que le iba a proporcionar su primer trabajo. Recién licenciado en Ingeniería Náutica y Transporte marítimo, se había ganaba algún dinero como repartidor de Glovo. Pero cuando terminó el confinamiento y los brindis de las ocho, un día se cruzó con la vecina en el portal. «Me dijo que una empresa de transporte de alimentos locales a domicilio buscaba a alguien para su sede en Santander, y que si me interesaba, le daba mi contacto al dueño». Y así llegó a Kibus, una empresa presente en seis ciudades de España y que abrió en julio su sede en el Mercado de la Esperanza. «Llevo seis meses y los clientes siguen aumentando».

¿Se puede hablar de un nuevo ecosistema laboral cuando la crisis está destruyendo tantos puestos de trabajo? La pandemia ha provocado una «indudable destrucción de empleo que aún no ha finalizado», dice la presidenta de la Asociación de Autónomos de Cantabria, Ana Cabrero, pero también ha traído consigo «la transformación del mercado de trabajo, la prestación de servicios e incluso la valoración de algunos sectores y puestos de trabajo antes menos apreciados». El nuevo trabajo de Miguel García es un híbrido entre gestor web, repartidor, comercial, un intermediario entre el Mercado de la Esperanza y el cliente. ¿Cómo lo define él? «Soy un personal shopper», dice sin esconder cierto sentido del humor al usar una terminología más afín a la moda: «Soy tus ojos y tus manos en el mercado». ¿Y funciona, es decir, hasta qué punto hemos perdido el miedo a elegir por internet qué pescado comprar? Y con un centenar de clientes en cartera, responde: «Tú haces el pedido el día anterior con lo que ofrecen los 'placeros', y no sólo pides el pescado que quieres sino cómo quieres que te lo preparen, si en lomos, abierto a la espalda...».

A estas alturas ya sabe qué cliente «quiere que toques el timbre, le dejes el pedido en la puerta de casa y te vayas, o quiénes prefieren que lo cargues todo y te metas hasta la cocina», explica desde el local que le ha cedido la Asociación de Comerciantes del Mercado, donde prepara las cajas

que reparte entre los vecinos de Santander, Astillero, Camargo, Bezana, Mortera o Boo de Piélagos.

La digitalización de los servicios que antes eran presenciales parece haber sido una solución para buscar la luz en tiempos de covid y adaptarse al medio, ¿gestos cambios han venido para quedarse? «Rotundamente, sí», dice Cabrero. «En unos meses hemos avanzado en desarrollo digital lo que sin pandemia nos habría llevado algunos años, y para muchas empresas ha supuesto la supervivencia, de adaptación al nuevo escenario». Es el caso de la consultora Sogema, por ejemplo. Gestionaba eventos con ayuntamientos como festivales medievales, 'foodtrucks' o ferias de productos locales, pero cuando se suspendieron, aprovecharon: «La pandemia ha acelerado los objetivos de digitalización de procesos que antes llevábamos a cabo y también la ampliación de servicios que teníamos marcados», explica José Antonio de Prado, CEO de Sogema. Así que esos procesos que antes eran papeles que iban y venían, por ejemplo, de las administraciones a los proveedores en una organización tradicional, ahora la consultora, que funciona desde el Zoco y ha cumplido diez años, ha digitalizado ese tránsito y su trabajo de asesoramiento, y tienen una nueva oficina en Estados Unidos. En su caso, dice, «la crisis es una oportunidad».

Más allá de otros fenómenos surgidos a la luz de la pandemia como ha sido el nacimiento o la conversión de empresas ligadas al sector sociosanitario (geles, pantallas, mascarillas), desde CEOE Cepyme Cantabria subrayan ese efecto acelerador de la pandemia: «La transformación más bien podría describirse como una aceleración en procesos que ya estaban en marcha», explican fuentes de la patronal, sobre todo en la presencialidad de los trabajadores, «que necesitará una regulación adecuada para que sea atractivo y justo», y por otro lado, en los procesos de digitalización en la industria, «una realidad que tiene que fortalecerse y consolidarse».

¿Pero qué sucede en esos sectores en los que la palabra digita-

«La transformación del tejido industrial es una aceleración en procesos que estaban en marcha», apuntan desde la CEOE

Digitalizar procesos, innovar puestos. Los profesionales cántabros se adecuan al escenario impuesto por el covid con la aparición de nuevos perfiles laborales y la actualización de los servicios clásicos

MARTA SAN MIGUEL



Miguel García, en la puerta del Mercado, con una caja llena de productos encargados vía online. ROBERTO RUIZ

Miguel García
Repartidor y comercial
El Mercado de la Esperanza,
en un clic: Delegado en Canta-

bria de la empresa Kibus.online, que vende sólo productos locales, él gestiona los pedidos, los reparte y busca nuevos clientes.

LA FRASE
«Soy los ojos y las manos del cliente en el mercado, él escoge el pedido y yo se lo llevo a casa»



María Ángeles Villegas atiende a una cliente en su local de Torrelavega, que abrió hace seis años. LUIS PALOMEQUE

María Ángeles Villegas
Peluquera
Del local, a la residencia de mayores: Cierra martes y miér-

coles y va a trabajar a una residencia de ancianos en Puente Viejo para sostener el negocio que abrió hace seis años.

LA FRASE
«Si no fuera por el trabajo fuera del local, tendría que cerrar: la asistencia ha bajado un 70%»



Naiara Ruisoto, en el Palacio de Festivales, momentos antes de recibir a los espectadores. **ROBERTO RUIZ**

Naiara Ruisoto

Jefa de sala Palacio de Festivales

De recibir, a cumplir protocolo covid: «Como trabajadora, me ha

cambiado todo», dice. Vigila las distancias de seguridad y que la salida se haga escalonada por filas para evitar aglomeraciones.

LA FRASE

«Como trabajadora me ha cambiado todo, ahora vigilo que se cumpla el protocolo covid»



De Prado, en su despacho en el Zoco, desde donde hace gestión de eventos y consultoría. **ROBERTO RUIZ**

José Antonio de Prado

CEO Sogema

Digitalizar la consultoría: Especializados en gestión de

eventos como ferias temáticas, «la ralentización» de estas áreas de negocio les ha llevado a crear nuevos servicios.

LA FRASE

«La pandemia ha acelerado los objetivos de digitalización de los procesos y servicios clásicos»



Unai Santamaría, en su despacho, donde atiende de forma presencial y también online. **LUIS PALOMEQUE**

Unai Santamaría

Psicólogo clínico

La consulta presencial da paso a la teleasistencia: Durante la

pandemia, el Colegio de Psicología habilitó un teléfono y realizó 150 intervenciones durante el confinamiento más duro.

LA FRASE

«La pandemia ha sido un reto para generalizar el uso de las nuevas tecnologías en terapia»

«Los negocios que quieran perdurar deben tener una hoja de ruta para lograr una cultura digital», dice Ana Cabrera, de ATA

lizar no resuelve los problemas que ha traído la pandemia? Después de catorce años trabajando como peluquera, María Angeles Villegas abrió su propio negocio hace seis años. Cierra dos días a la semana para ir a peinar y a cortar a una residencia de ancianos, y gracias a eso se sostiene en tiempos de covid: «Si fuera por lo que genero en la peluquería, habría tenido que cerrar ya porque la clientela ha bajado más de la mitad, diría que un 70%. Hay gente que no ha vuelto, bien por miedo o por cuestiones económicas; no vienen ni a cortarse». Su trabajo esos días en la residencia de mayores de Puente Viesgo mantiene su negocio a flote: «Voy con muchísimas medidas de protección, les lavo, corto el pelo, a ellos les gusta mucho cuando vamos», dice en alusión a otra compañera peluquera con la que comparte las tareas. ¿Ve futuro por esa línea? «Buff», exclama: «Si pudiera contratar el servicio con otra residencia de este volumen, cerraba mi propio local», y enumera los costes fijos a los que tiene que hacer frente, «inasumibles en un momento en el que la asistencia y la movilidad no están aseguradas».

Tiempo de terapia virtual

El problema de la atención presencial también ha hecho reaccionar a los psicólogos. «Es tal vez el campo de la salud en el que es más sencillo poder aplicar la atención teleasistencial», dice el psicólogo Unai Santamaría. La teleasistencia ha llegado a las consultas, y los colegios profesionales ya imparten cursos para preparar al profesional para este tipo de interacción, porque no es lo mismo que hacerlo cara a cara: «Es más difícil el trabajo, pierdes mucha información no verbal, por eso se han elaborado protocolos para hacer esta atención con la calidad que requiere», explica el psicólogo. ¿Esta modalidad de consulta le permite seguir trabajando? «Yo no he parado», afirma, y haciendo una estimación advierte que ya hay un 30% de los pacientes que se interesa por la vía telemática. «Cuando en marzo se vio que había que reestructurar las consultas, buscamos medidas de higiene y sanitarias que permitie-

ran seguir viniendo a la gente, pero entonces se cerró todo con el confinamiento y supuso un reto para la generalización del uso de las nuevas tecnologías en terapia», dice. Ahora, en su consulta, en torno a un 15% de los pacientes que atiende es ya a través de internet.

Su primera experiencia con la atención a distancia fue durante el confinamiento, cuando el Colegio Oficial de Psicología de Cantabria puso a disposición de la población un teléfono de asistencia. De lunes a domingo, once profesionales intervenían frente a conductas de riesgo, para prevenir síntomas de estrés, reforzar conductas de autocuidado... Hicieron 150 intervenciones, de las cuales 114 recayeron sobre el Grupo de Intervención Psicológica en Emergencias y Catástrofes (Gipep) que coordina el propio Santamaría. Al finalizar junio terminó el servicio y empezó la supuesta normalidad. Ahora, dice Unai Santamaría, «hay muchos colegas que ofrecen consulta sin presencia física, pero se necesita una formación específica porque son condiciones diferentes y hay que hacerlo con la calidad que requiere», insiste.

Cultura segura

Los nuevos perfiles laborales que ha generado el covid también han obligado a reajustar la normalidad, y en ese sentido, la cultura tomó la iniciativa cuando allá por el mes de mayo, organizó el primer concierto tras el confinamiento en el exterior del Palacio de Festivales. Aquel primer paso de la acción denominada 'La cultura contraataca' sentó las bases del empeño porque la organización de eventos tuviera una normativa que velara por la seguridad de los espectadores: así fue cuando llegó el FIS y desarrolló un protocolo, se propuso la programación del Palacio, se subió el telón y cambió «todo» para el personal de sala: «Ahora ya no podemos tratar al espectador de la misma manera», explica Naiara Ruisoto: «El espectador se siente más seguro cuando hay una normativa estricta y se cumple en todo momento», dice, y de eso se encarga con la coordinadora covid, «que está en cada evento que se celebra». Según explica Nieves Álvarez, directora de Ven a Expresarte, la empresa que gestiona este servicio, «cada vez más empresas contratan para sus eventos además del servicio habitual, por ejemplo de dos azafatas, una tercera para que controle el aforo». A nueva demanda, nuevos puestos, así prospera el ecosistema a pesar del covid.