

En qué sectores crecen las nuevas profesiones para 'start up'

Algunos negocios de éxito son el caldo de cultivo para **nuevos perfiles profesionales** difíciles de encontrar, formar y adaptar a las necesidades de las 'start up' innovadoras.



TENDENCIAS | **NUEVOS PERFILES**

Qué profesiones crean las 'start up' para sus negocios

Los sectores de éxito en los que las 'start up' se mueven como pez en el agua generan **nuevos perfiles** muy difíciles de encontrar. Las compañías realizan esfuerzos titánicos para que los profesionales se adapten a sus necesidades.

Tino Fernández, Madrid
 Erzia es una *start up* española que ha fabricado algunas piezas de la sonda lunar china *Chang'e-4*, que estos días explora la cara oculta de nuestro satélite. Como tantas otras compañías innovadoras, uno de los retos que debe superar es la escasez de profesionales adecuados para desarrollar su actividad, o la dificultad para formarlos. De esa necesidad, muchas *start up* hacen virtud, ante la evidencia de que la Universidad y la formación tradicional no proporcionan los candidatos adecuados.

Francisco Canales, director de recursos humanos y financiero de Erzia, explica que su compañía recurre a tres posibles soluciones para resolver estos problemas: las becas de prácticas, contratar a profesionales en los departamentos de las universidades o traer talento experto del extranjero. De todas, la que peor les ha funcionado es recurrir al talento de otros países, y al final la elección es atraer a profesionales sin experiencia y formarlos en la compañía (durante seis meses o dos años) en función del trabajo que van a desarrollar.

Parece evidente que en determinados sectores de éxito las *start up* se convierten en generadoras de nuevas profesiones. Carlos Blanco, fundador de Nuclio Venture Builder y Nuclio Digital School, asegura que "en Estados Unidos, el 30% ó 40% del nuevo empleo lo generan las *start up*. En España pasará esto dentro de cinco años".

Blanco identifica una necesidad muy clara de perfiles profesionales para la actividad de las nuevas empresas: los **desarrolladores**. Explica que éstos encuentran trabajo con facilidad, y que el mercado absorbe toda la oferta laboral. "Hay sectores con *paro cero*, y este es uno de ellos".

En marketing detecta asimismo nuevas tendencias, y asegura que "en cinco años las compañías van a cambiar a más del 60% de sus profesionales por expertos en **marketing digital**. Las empresas necesitan profesionales que sepan de **datos**, **CRM**, **adquisiciones**... Aquí se tarda mucho más en encontrar candidatos adecuados que en el caso de los programadores. Hay grandes compañías que han estado un año buscando un

CMO, y algunas *start up* no logran crecer porque nunca consiguen cubrir adecuadamente esta posición".

Así, el **CMO** y los **expertos en adquisición de clientes** y en **analítica de datos** son perfiles cada vez más necesarios para las *start up*, pero también para las compañías tradicionales.

Reinventarse

El fundador de Nuclio Venture Builder advierte de que "habrá una avalancha de profesionales de 33 a 55 años que se irá al paro si no se reconvierte. La responsabilidad de formarse es de uno mismo, no sólo de las empresas, y hay que buscar las herramientas adecuadas". Blanco recurre al concepto de los *drafts* de la NBA (el sistema de elección de nuevos jugadores para la liga de baloncesto estadounidense) para aplicarlo al mundo formativo, en el que se dará el derecho a escoger a personas y en el que las compañías tendrán que *buscarse la vida* para tener un suministro de empleados futuros.

Francisco Ruiz, director de relaciones institucionales de Google España y Portugal, opina que "la Universidad no tiene la flexibilidad que precisa toda esta revolución laboral y tecnológica. Las empresas toman el liderazgo que no toma el mundo académico".

Teniendo presente esta necesidad de reinención, Carlos Blanco sugiere una reconversión de los **comerciales**: "Antes esto se basaba en ha-



blar y hablar. Ahora es un proceso analítico que exige segmentación de clientes y explicar el producto". Se buscan **comerciales** y **directores comerciales** cada vez más **analíticos** que controlen matemáticamente lo que hace todo el mundo.

Para Iñaki Arrola, fundador de Coches.com, el fondo Vitamina K y KFund, "uno de los sectores en los que más oportunidades se aprecian hoy es el de **inteligencia artificial** y **'machine learning'** aplicado a ciertos sectores e industrias. Las empresas y usuarios cada vez generan más datos, y gracias a avances en computación y *cloud*, éstos pueden ser utilizados para realizar predicciones que ayuden a las compañías a tomar decisiones". Arrola añade que esta tendencia "supone un mayor incremento en la demanda de profesionales de *machine learning* y también de **'data scientists'**, e **ingenieros que tienen capacidad para manejar datos**. Se trata de dos perfiles muy demandados en estos momentos". Carlos Blanco coincide en que "el mercado necesita cada vez más **expertos en análisis de datos**. Por ejemplo, una compañía como Aena tiene el dato diario de cuántos alemanes, japoneses o ingleses llegan a España. Es un dato valioso que les interesa a las empresas para determinados negocios".

Francisco Ruiz recuerda que la Comisión Europea pronosticaba ya en 2013 que en 2020 habrá 900.000 puestos en Europa que no se podrán



Alejandro Artacho, CEO y cofundador de SpotaHome.

'Proptech', un filón de profesionales

El sector inmobiliario también demanda nuevos perfiles profesionales. Alejandro Artacho, CEO y cofundador de **SpotaHome**, la plataforma online de reservas que gestiona el alquiler de propiedades para estancias de media y larga duración, explica que "existe una dificultad para encontrar algunos de estos perfiles, especialmente cuando hablamos de posiciones más sénior". Artacho añade que "los consultores inmobiliarios deben adquirir nuevas habilidades relacionadas con las nuevas tecnologías, la interpretación de 'big data', el manejo de herra-

mientas de CRM, herramientas de 'growth marketing' que permitan el desarrollo de estrategias de rápido crecimiento y hablar como mínimo dos idiomas". El CEO de SpotaHome detecta asimismo la necesidad de reclutar perfiles poco habituales: **ingenieros informáticos** de diferentes especialidades; **desarrolladores** de las 'apps' y e-commerce; **analistas de datos**; **consultores de 'business intelligence'**; **diseñadores de UX/UI**; o **expertos en producto** que conozcan la unión entre los negocios digitales y el inmobiliario.



A la derecha, Rubén Sánchez, CEO de Beonprice, y a la izquierda Emilio Galán, CTO de la compañía.

La hostelería renueva sus perfiles

Beonprice es un 'start up' que ayuda a que los hosteleros saquen más rentabilidad del alquiler de sus habitaciones. Emilio Galán, CTO y fundador de la compañía, detecta el perfil del **'full stack developer'** como uno de los que resultan difíciles de encontrar, siendo muy demandados. Se trata de profesionales muy dinámicos para adaptarse a la tecnología que conocen las plataformas y consiguen desarrollar soluciones. Según Spring Professionals, un perfil 'fullstack' con una experiencia de entre 3 y 5 años se encuentra en una franja salarial de entre 33.000 y 38.000 euros brutos anuales.

Galán se refiere a otro nuevo perfil muy demandado, el **arquitecto 'cloud'**, que viene a ser un operador de sistemas reconvertido. Es una posición con gran demanda y la formación es muy escasa. A esto añade la demanda de **data scientist y data engineer**: "Para el primer perfil hay muchos candidatos, aunque no con el nivel de conocimientos deseado. Saben modelar problemas y soluciones, pero los modelos que identifican deben ser implantados mediante una tecnología. Y eso es lo que hace el 'data engineer'. Lo difícil es encontrar un perfil con ambos roles".

Ingenieros de 'hardware' para la cara oculta de la luna

Chang'e-4 es la sonda china que alunizó a comienzos de enero en la cara oculta de nuestro satélite, en el cráter Aitken. Los cuatro amplificadores de potencia de la nave han sido diseñados y fabricados por Erzia, una compañía española que se dedica a las comunicaciones por satélite y a la electrónica de radiofrecuencia para el sector aeroespacial y aeronáutico. Francisco Canales, director de RRHH y financiero de Erzia, identifica la demanda de **ingenieros de radio-comunicaciones y radiofrecuencia**, pero sobre todo la de **ingenieros de hardware** expertos en el diseño de radiofrecuencias. Explica que el conocimiento de este perfil se está perdiendo en la Universidad, de la que salen cada vez menos profesionales



Francisco Canales, director de RRHH y CFO.

con esta cualificación: "Por moda o por comodidad, hay una tendencia a que los alumnos escojan el perfil de ingeniero de telecomunicación experto en software, con lo que se pierde esa cantera de ingenieros de hardware, necesarios para cualquier comunicación inalámbrica".

El laboratorio de carreras de las tecnologías emergentes

Pedro Diezma, fundador de Acuilae –una empresa de soluciones de inteligencia artificial para empresas– tiene casi una década de experiencia en tecnologías emergentes que le permite detectar nuevos perfiles con futuro. En esas tecnologías emergentes, se refiere al **Internet de las cosas (IoT)**, que reclama **expertos en sensórica, electrónica e ingeniería**. Además, se adivinan nuevas profesiones que tienen que ver con las **tecnologías inmersivas** (llevan al usuario a sumergirse en otra realidad), como la **realidad aumentada, mixta y virtual**. También hacen falta **profesionales expertos en diseño 3D, manejo de texturas y programación de plataformas**. En **inteligencia artificial**, Diezma señala la necesidad de **profesio-**

nales estadísticos y matemáticos para procesos y extracción de datos y para generar algoritmos. Recuerda que en informática, la tasa de paro es muy baja: "Los que salen de la Universidad saben programar, pero no dominan el desarrollo de proyectos de inteligencia artificial o 3D".



Pedro Diezma, fundador de Acuilae.

cubrir. Y esto implica la paradoja de que exista un gran número de jóvenes profesionales que no estarán preparados para ocupar estas posiciones.

Ruiz recuerda las palabras de Eric Schmidt, el que fuera presidente ejecutivo de Google, cuando decía aquello de "si mi hija volviera a la Universidad, le diría que estudiara matemáticas y estadística". Es un argumento para reforzar la idea de la necesidad de **científicos de datos**.

Las conclusiones del programa *Activate* de Google, que busca formación gratuita para facilitar la formación de jóvenes (43.000 han encontrado empleo o han creado su propia empresa en 5 años), lleva a Francisco Ruiz a detectar sectores con futuro que exigen nuevos profesionales. Es el caso del **marketing digital**, el **cloud computing** o el **desarrollo de aplicaciones**. Pero también se refiere a la **ciberseguridad**, la **inteligencia artificial** y el **machine learning**, sin olvidar la **nanotecnología** y la **nanomedicina**, la **robótica**

Una gran cantidad de profesionales de 33 a 55 años irán al paro si no se reconvierten

Sanidad, educación y agricultura sufrirán los cambios que no se han dado en otros sectores

ca, el **'blockchain'**, la **realidad virtual** y la **tecnología 3D**.

Y recordando a Steve Case, fundador de AOL y su predicción de que la tercera ola de internet es la del Internet de todas las cosas, Francisco Ruiz cita el **'big data'**, la **inteligencia artificial** y el **IoT**, y pronostica tres grandes sectores de empleo: la **sanidad**, la **educación** y la **agricultura** "que sufrirán la transformación que no han experimentado otros sectores, y en los que habrá que reinventar profesiones".

Alejandro Artacho, CEO y cofundador de Spotahome, reconoce que en su sector existe una dificultad para encontrar ciertos perfiles necesarios, especialmente en posiciones más senior: "La escasez de candidatos se resuelve, en primer lugar, creando un entorno de trabajo lo más atractivo posible, como un ambiente internacional, políticas de conciliación, flexibilidad horaria y teletrabajo, o beneficios sociales, que conviertan a una compañía en atractiva como marca empleadora, pero sin olvidar la retención del talento interno".

Otra estrategia para captar los perfiles necesarios es "formar el mejor equipo posible, del que todo el mundo pueda aprender y beneficiarse en su desarrollo profesional". Además, Artacho recomienda evitar las barreras al reclutamiento: "El equipo de recursos humanos debe saber qué buscamos y abrir su prospección de candidatos más allá de nuestras fronteras".

A todo esto Artacho añade que "la formación tradicional sigue siendo

valiosa, aunque cada vez se hace más necesario complementarla con conocimientos y habilidades más pegados a la realidad actual. La tecnología está permitiendo que cada vez avancemos más rápido y, para ello, los profesionales tienen que adquirir nuevas destrezas".

Para solucionar el déficit de formación, recuerda algunas estrategias implantadas en su compañía, como los planes de formación y desarrollo de los empleados, conscientes de que la tecnología evoluciona rápidamente y los equipos tienen que estar al día sobre las últimas tendencias y novedades en relación con el **PropTech** en España.

Junto a estos planes de formación se recurre a encuentros, charlas y eventos de **networking**, donde expertos de otros sectores comparten sus experiencias e inspiran para resolver los retos que se plantean. Sin olvidar a los propios empleados, los **spotters**, que participan como ponentes en foros, encuentros y charlas magistrales.

Nace el Observatorio de nuevas profesiones para 'start up'

Con este reportaje se pone en marcha el **Observatorio de nuevas profesiones para 'start up'**, que tendrá reflejo en la versión de papel de **Pymes & Emprendedores** (cada lunes) y en internet, en la sección diaria online de Profesiones de **Expansión & Empleo**. <http://www.expansion.com/expansion-empleo.html>

Liderado por EXPANSIÓN e integrado por un grupo de expertos con experiencia en emprendimiento, inversión, formación y gestión de 'start up', el observatorio identificará tendencias sobre:

- Nuevas profesiones que crean las 'start up'. Los perfiles más difíciles de encontrar.
- Experiencias de éxito para adaptar los nuevos perfiles a las necesidades de las 'start up'.
- Quién forma a los nuevos profesionales.

CONSEJO DE EXPERTOS

CARLOS BLANCO
Fundador de Conector Startup Accelerator, Núcleo Venture Builder y Núcleo Digital School.

IÑAKI ARROLA
Fundador de Coches.com, Vitamina K y KFund.

ROCÍO PILLADO
Early Stage Tech Investor en Adara Ventures.

JUANJO AMORIN
CEO de Grupo Raíz Digital. Empresario, inversor y emprendedor digital desde 1996.

SIXTO ARIAS
Creador de Capaball. Presidente emérito de la Mobile Marketing Association.

JAVIER SANTANA
Director de servicios de datos en BBVA. Fue CTO de Carto.