

SUGERENCIAS

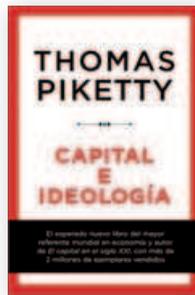
«Capital e ideología»

Thomas Piketty

Edita: Deusto (2019)

1.200 páginas; 29,95 euros

Un nuevo libro de este economista francés, profesor en la Escuela de Economía de París, que tras el éxito de su obra *El capital en el siglo XXI*, publicada en el 2013, vuelve con un volumen en el que plasma una profunda investigación sobre la desigualdad. Un repaso del esclavismo, el colonialismo, el hipercapitalismo y otras corrientes, en especial en economías como la de la India o China y los países colonialistas. También le dedica un amplio espacio a la concentración cada vez más evidente de riqueza en los Estados Unidos y en otras naciones. La conclusión es que la desigualdad no es económica, sino ideológica y política.



◦ Luis Casal

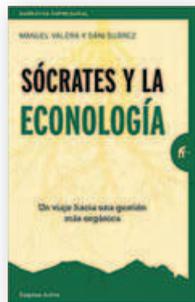
«Sócrates y la ecología»

Manuel Varela y Dani Suárez

Edita: Empresa Activa (2019)

192 páginas; 13 euros

La ecología es, etimológicamente hablando, el conocimiento de la casa. La economía, la gestión de esa casa. Para los autores, las compañías adolecen de una falta de conocimiento de lo que hay y ocurre dentro de ellas mismas y para poder gestionar una empresa, una casa, hay que conocerla. Y si se juntan ambas palabras, sale el vocablo ecología, que sería la gestión del conocimiento de la casa. Toda esta visión de las cosas se plasma en el libro en un cuento protagonizado por Sócrates, que en un viaje por el mundo va ayudando al lector a entender la globalidad, la modernidad, la tecnología y la gestión económica, pero también el impacto ecológico, la huella hídrica, el CO₂ y la felicidad de la gente. Es una filosofía de vida.



«Hipolina quitamiedos»

Natalia Gómez del Pozuelo y Evaduna

Edita: Empresa Activa (2019)

128 páginas; 13 euros

Un libro divertido, práctico y ameno, lleno de gags y anécdotas. Una mixtura de cómic y ensayo sobre los miedos que nos atacan en el puesto de trabajo. Entre esas pesadillas está, por ejemplo, el miedo a perder el puesto, a las críticas de los superiores, a tener que hablar en público delante de los compañeros o a recibir ripremendas por no lograr los objetivos. Todos estos miedos se han incrementado en los últimos años debido a la crisis económica. La novela gráfica que nos presentan los autores intenta lograr dos cosas: la primera, reírse de esos miedos; la segunda, aprovechar alguno de ellos para mejorar en nuestros cometidos, aprender a sobrevivir en ese mundo competitivo y peligroso. ¿La primera solución para atajarlos? Todos, absolutamente todos, tienen miedo. No estamos solos en el terror.



Cuba autoriza la venta de artículos de electrónica

◦ Y. G.

Cuba ha decidido iniciar la venta en divisas de productos electrónicos y piezas de coches, por ahora solo en contadas tiendas de La Habana y Santiago de Cuba (oriente), como parte de la última estrategia del Gobierno para recaudar «moneda fuerte» y paliar la grave crisis de liquidez que sufre el país.

Cientos de personas esperaron esta semana la apertura de los establecimientos—doce en la capital

y uno en Santiago— donde se podrán adquirir bienes muy solicitados como neveras y aires acondicionados *split*, que desde hace años solo se encontraban en el mercado paralelo de mercancías traídas desde México o Panamá.

La avidez de los cubanos parece confirmar el entusiasmo inicial con que fue acogida la medida, anunciada hace dos semanas dentro de un paquete de normas con las que La Habana busca evitar la fuga de capitales y controlar el comercio.

El germen del empleo con más demanda de España

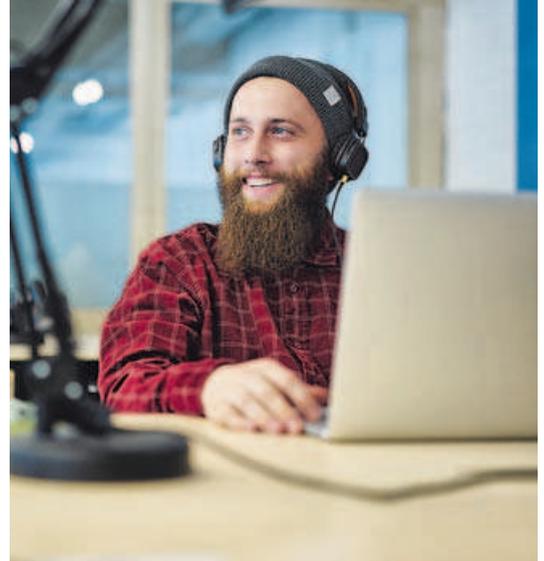
◦ Tokio School ayuda al alumno a convertirse en programador Java, un empleo en el que no hay parados, de manera flexible y con instructores certificados

◦ L. García

Es poco habitual encontrar un interlocutor que pronuncie la siguiente frase: «En este mercado hay más demanda que gente, y no solo ocurre en Galicia; todo el país está igual». El Dorado laboral que pone del revés todas las estadísticas es, como explica el ingeniero informático Santiago Faci, el de programador Java. Un trabajo con el 100 % de empleabilidad que realizan aquellos que logran convertirse en expertos de uno de los lenguajes de programación más populares del mundo. ¿Lo mejor? Para llegar a esta meta no hay que poner rumbo a Silicon Valley. De hecho, basta con tener acceso a Internet y, eso sí, una escuela que garantice unos conocimientos sólidos en la materia. La teoría llevada a la práctica tiene un nombre: Tokio School.

Esta escuela, cuyos cursos son 100 % online, cuenta con la acreditación de la Universidad Nebrija y se distancia de esos cursos gratuitos y opacos que campan por la red en factores del todo decisivos. En primer lugar, porque Tokio orienta su formación hacia la Certificación Oficial—menciona Faci, profesor en este centro, el caso de Oracle, ya que el programa fue diseñado siguiendo las pautas oficiales de OCP—, y en segundo, porque los datos objetivos siempre cantan. Es decir, como comenta Leticia García, directora de proyectos de Tokio School, «muchos de nuestros alumnos se quedan trabajando en la empresa donde hacen las prácticas». Compañías, ojo, que pagan a sus programadores Java salarios que oscilan entre los 27.000 y los 40.000 euros.

Java, que se utiliza en Android y llega hasta a grandes empresas como LinkedIn o Amazon, es un lenguaje en algunos empleos casi más importante que el verbal. Y aunque complicado, no se trata de ninguna misión imposible. Es por eso que en este centro de formación con capital 100 % gallego quieren adaptar el aprendizaje a las necesidades de los distintos perfiles interesados en batir récords en el mercado de las nuevas tecnologías. «Cuando nacimos, en el 2017, ya nos planteamos que la idea era poner el foco en la especialización. Eso quiere decir que la metodología debe ser flexible, para respetar que cada uno vaya asimilando el aprendizaje a su rit-



En Tokio School es el alumno quien marca el ritmo de trabajo.

mo», explica García. Y tanto que es así. Uno de los fuertes de Tokio School es que la formación es 100 % adaptada al alumno. Es más, aunque parezca increíble, la experta mantiene que hay quien puede estudiar 15 minutos al día y le resulte más que suficiente. También, claro, está el que debe dedicar un buen puñado de horas. «Cuando se matriculan en el curso les enviamos todo el material y les damos de alta en nuestra plataforma *e-learning*. A partir de ahí ellos son libres de administrarse el tiempo como quieran».

EDUCACIÓN A LA CARTA

Llega a tal extremo este punto que en Tokio existen varios grupos a lo largo del año y puedes empezar a estudiar sin que el arranque del curso escolar marque la tónica. «Todas las semanas ofrecemos clases en directo, para quien las pueda ver, que colgamos a continuación y así estén al servicio de

todos los alumnos». La educación a la carta era esto.

Es perfectamente entendible este esfuerzo si se explica el tipo de perfiles que buscan en este centro una especialización tan concreta. «Se trata de personas que van más o menos de los 24 a los 35 años, que acaban de terminar la carrera, o están empezando en el mundo laboral, y ven que para mejorar en sus empresas o para crecer en su sector necesitan algo más». Pero, claro, no disponen del tiempo necesario para dedicarse a jornada completa a una formación. Precisamente para ayudar a los alumnos a cumplir objetivos, además del trabajo de los profesores, los alumnos cuentan con una asesora pedagógica que hace un seguimiento personalizado del plan de estudios.

Son todas estas pinceladas las que hacen de la escuela Tokio School un centro de referencia (que, por cierto, además de formar a programadores Java, también cuentan con cursos centrados en consultoría SAP, marketing digital o diseño de videojuegos). Sobre todo, comenta la responsable de proyectos, porque «se trata de una formación completa, no de un cursillo de 60 horas. Con Tokio School el alumno va a aprender con material oficial y profesores certificados. Acabará el curso como un profesional y estará listo para entrar en el mercado laboral», concluye.



Las empresas pagan a los programadores Java sueldos que van de los 27.000 a los 40.000 euros

Konecta focaliza en Galicia sus desarrollos en «ecommerce»

La multinacional española del sector del «contact center» aprovecha la compra de la coruñesa Sum Talk para lanzar este proyecto Sus más de 1.000 empleados gallegos trabajan para firmas como Inditex, Abanca o R

Manuel Blanco

La experiencia de cliente es uno de los mantras de este tiempo. Ese viaje desde que un consumidor decide que quiere algo hasta que lo compra se ha convertido en un elemento crítico en la vida de las empresas. Lo fue siempre, es evidente, pero la consolidación imparable del comercio electrónico ha elevado esa variable a otro nivel. Y por eso los servicios de *contact center* han ganado tanto protagonismo en los últimos tiempos: no solo tienen un contacto directo cada vez mayor con el cliente, sino que en muchas ocasiones son quien mejor lo conoce. Y la información, esta información, es oro puro en esta era por la que transitamos. Konecta, la mayor multinacional española del sector, es consciente de ello y por eso acaba de tomar una decisión estratégica que, de fraguar, podría representar una buena noticia para Galicia de cara a los próximos años: la creación de un vertical dedicado al sector del *retail* y el comercio electrónico, un gran centro en definitiva cuya proyección sería internacional.

Este paso es la consecuencia directa de la compra hace apenas tres meses de Sum Talk, la división de *call center* del grupo gallego del mismo nombre, por parte de la multinacional española. «Una de las líneas de nuestro plan estratégico a cinco años —explica Enrique García, director general de Konecta— prevé la especialización por verticales, sobre todo de nueva generación: *retail*, *ecommerce*, educación, turismo, salud... Algo complementario a nuestra gran especialización en banca, telecomunicaciones o el



Enrique García (izq.), director general de Konecta, y Nacho Cárdenas, director de Sum Talk, en las instalaciones de A Coruña.

sector asegurador», argumenta.

Es en este punto en el que cobra importancia la división gallega. Konecta, presente en 10 países y con unas ventas superiores a los 900 millones de euros el año pasado, ya contaba con un centro en Bergondo con unos 400 empleados, focalizado principalmente en banca y telecomunicaciones, a los que ahora se sumarán los 600 profesionales de los centros de Sum Talk en A Coruña. Esta firma acumulaba una gran experiencia en el sector del *retail* y el comercio electrónico por su trabajo con clientes como Inditex, Privalia o Parfois, un conocimiento acumulado que representaba exactamente lo que quería Konecta. «Nos da un valor añadido, era una compañía de nicho que nos interesaba

—precisa García—. Nosotros creamos mucho en Galicia, en el capital humano que hay aquí y esa buena experiencia que teníamos nos llevó a tomar la decisión de comprar Sum Talk. Hoy tenemos 1.000 empleados, pero ojalá el año que viene tengamos 1.500», admite.

La creación de ese vertical especializado en A Coruña podría contribuir a ello dado que, en adelante, desde los centros gallegos se atenderá y se ayudará a desarrollar el comercio electrónico de los clientes que Konecta tiene repartidos por el mundo. «Sin olvidar por supuesto el gran trabajo que se hace con Abanca, con R Cable o con Metlife, y que seguirá recibiendo toda nuestra atención», matiza el director general.

Nacho Cárdenas, director de Sum

Talk desde el 2005 y que ahora estará al frente de este vertical en Konecta, insiste en esta idea. «Integrarnos en una multinacional nos permite dar un acompañamiento internacional en las operaciones con nuestros clientes. En Sum teníamos una fuerte implantación a nivel nacional, pero ahora tenemos presencia en 10 países y además Konecta refuerza tremendamente nuestras capacidades tecnológicas y de mejora de la experiencia de cliente».

Sobre la operación, Cárdenas explica que el sector está inmerso en un acelerado proceso de concentración relacionado en buena medida precisamente con la transición digital y las exigencias tecnológicas, un camino que Sum Talk tenía muy difícil emprender en solitario.

Los auxiliares de automatización serán comunes en las empresas en 4 años, según IDC

M. C.

En cuatro años, el 35 % de los empleados de la era digital utilizarán a diario la ayuda de *bots* y otros programas informáticos que permiten automatizar tareas repetitivas y tediosas para que el trabajador dedique su tiempo a cometidos de mayor valor añadido. Este es el cálculo que maneja la consultora IDC sobre el impacto de la revolución tecnológica. «Y solo un año después, en el 2025, el 20 % de los trabajadores especializados en España ya utilizarán ese *software* robotizado de manera colaborativa en la empresa», precisó a *Eje* el analista sénior de IDC, Emilio Castellote, quien sostiene que a día de hoy ese porcentaje es muy minoritario y «no significativo».

Así, de acuerdo con la radiografía que ha elaborado la consultora, en seis años uno de cada cinco trabajadores que utilice las nuevas tecnologías a diario ya contará con algún tipo de «asistente digital colaborativo» que, además de gestionar y generar datos eficazmente, lo hará en la nube y de forma integrada en la empresa, para que el resultado sea accesible y comprensible para otros empleados.

EN CORTO

El impacto de las huelgas se dispara

Las horas de trabajo perdidas por huelgas en España en los nueve primeros meses del año ascendieron a 17.141.514, un 75,43 % más que en el mismo período del año anterior, según el informe de conflictividad laboral de la patronal CEOE. La cifra de paros disminuyó un 3,29%, hasta 382, en tanto que el número de participantes directos en ellas subió un 37,47 %, hasta los 881.256 trabajadores.

Las inversiones se desmoronan

Las inversiones internacionales en el mundo en el primer semestre de este año cayeron un 20 % en relación al año anterior, hasta los 572.000 millones de dólares, según la OCDE. El organismo atribuye este descenso a la incertidumbre económica y a las tensiones comerciales, especialmente perceptibles en el segundo trimestre, cuando se aceleró el deterioro de la inversión.

Un gigante a las puertas de una nueva era

El *call center* hace tiempo que dejó de ser lo que era. Siguen las personas, por supuesto, pero la tecnología se ha abierto paso a marchas forzadas. Las empresas del sector han tenido que dotar a sus servicios de una capa de valor para sacar partido de toda esa ingente, e inestimable, información que obtienen cada día del trato con los clientes y consumidores. Solo así se explican muchos de los pasos que Konecta ha dado en los últimos años.

La compañía tiene una *software factory* en Medellín (Colombia) con

más de un centenar de ingenieros trabajando en desarrollos propios en ámbitos como la analítica de datos, recobro, eficiencia, gestión interna... Y además cuenta con otros dos centros tecnológicos en Córdoba (Argentina) y Sevilla centrados en avances más complejos en campos como las redes sociales o los CRMs (sistemas de gestión integral con clientes). «Toda esta capacidad que tenemos es de la que se benefician todos los países y por supuesto también los clientes de Sum Talk», argumenta García.

Disponer de este talento y estos recursos habrá de ser un activo para el nuevo vertical localizado en A Coruña habida cuenta de las expectativas de crecimiento del comercio electrónico, por encima del 30 % según los últimos informes de varias instituciones. El sector del *retail*, sin ir más lejos, se ha adentrado en esta senda a velocidad de cruzero. «Estas empresas —sostiene Cárdenas— llegaron más tarde a los servicios de *contact center*, pero una vez que se han introducido en ellos, lo han hecho de forma más decidida. La transfor-

mación del modelo del *retail* es abrumadora y los proveedores que estamos a su alrededor nos hemos ido adaptando a este cambio brutal».

En este sentido, el director general de Konecta pone en valor el trabajo realizado a nivel interno en los últimos años para adaptarse y prepararse para una era de cambio radical en su sector, en la que la convivencia de humanos y algoritmos será cada vez más fluida: «Nosotros ahora mismo le vendemos a nuestros clientes servicios de valor que hace cinco años eran impensables».