



Rafael Mompó

Master en Dirección Comercial
& Marketing por el Instituto de Empresa
perfilesjovenes@rafaelmompo.com

Technical Marketing Engineer (TME)

Andaba el otro día preguntando a los amigos qué tal les parecería si, aprovechando el nuevo sistema de titulaciones que emerge por el proceso de Bolonia, se crease un “Ingeniero de Telecomunicación Mención Marketing”, que recibiría un 12,5% de su formación en materias propias del *marketing* y lo comercial, al estilo de las Escuelas de Negocio. Y resulta que ese perfil formativo ya existía: se trata del *Technical Marketing Engineer* que está haciendo furor en el mundo anglosajón.

A la pregunta me contestó enseguida mi amigo **Javier Sanz** (“mi hombre en Londres”, genuino joven perfil), que, como vive en la frontera de la tecnología, me manda cosas para leer, como tratamiento antioxidante de mi mente en su vertiente IP (Internet Protocol). Javier se fue allí a trabajar “una temporada”, y de eso hace ya años y no hay manera de que vuelva.

► Ingeniero Técnico-Marketing

“Eso ya está inventado” -me dijo Javier- “Echa un vistazo al *Technical Marketing Engineer*, que está causando furor en Estados Unidos”. Y así lo hice. Y me gustó mucho lo que encontré.

Ahora, ya he empezado a encontrarme *Technical Marketing Engineers* por todas partes. Me dedico a descubrirlos e identificar-



“Los jóvenes ingenieros deben aprovechar bien sus cinco primeros años de profesión. No pueden perder el tiempo”.

"Las Telecomunicaciones salvaron a Harry Potter".



los. Algunos, no se han dado cuenta de que lo son y, cuando lo descubren, ¡les gusta!

Precisamente, entre cofradía y cofradía del Viernes Santo, me encontré a dos amigos del alma con los que estudié la carrera y compartí muchas cosas de la vida. Hacia cuatro años que no los veía (¡cómo somos!), pues con 42 años la vida ya pasa algo más despacio. ¡Hay que ver lo que habían evolucionado profesionalmente en cuatro años! Es normal. Desde la crisis de 2001 los telecos nos estamos volviendo a reinventar, una vez más, y las consecuencias positivas empiezan a notarse ya.

Realmente los telecos somos como el Ave Fénix: nos quemamos para resurgir, nuestra sabiduría pasa de vida en vida, y nuestras lágrimas lo curan todo. O sea, **Harry Potter** fue salvado por las Telecomunicaciones.

Aunque con todo lo que me contaron tengo para inspirar varios artículos de "Perfiles Jóvenes", hoy voy a hablar de cierto aspecto de la evolución de uno de ellos. Creo que con esta historia, muchos de los ingenieros de teleco jóvenes que aún mantienen ciertas reservas en relación al nuevo perfil, empezarán a convencerse del cambio de nuestra orientación profesional,

que no hace más que adaptarse a la nueva visión del mundo con el que ha arrancado el nuevo milenio.

Mi amigo es ingeniero de teleco vocacional. Vamos, de los que cuando éramos estudiantes "cacharreaba" en su propia emisora de radioaficionado y se fabricaba su colección de antenas...

Sabiendo, además, lo que hacía. Su primer trabajo fue en la emergente I+D de los ochenta, luego en una fábrica que no tenía nada que ver con las telecomunicaciones, posteriormente en telecomunicaciones de planta externa cuando los nuevos operadores empezaron a excavar en las calles.... Y, desde hace dos años, ¡director comercial de zona de los grandes clientes de una operadora!

-Me has desmontado mi paradigma... ¿Cómo, tú, pasándote "al otro lado"?

Me contestó sin titubear.

- Ahora ya no se hacen las cosas de I+D que hacíamos antes con la radio y todo eso... Ahora hay clientes con problemas y un montón de tecnología para solucionarlo. Hay tanta tecnología que *las propias empresas de tecnología podrían tener en su catálogo de soluciones mucho más de lo que ofrecen.*

En ese preciso instante, nos olvidamos de las cofradías y de los pasos. Me contó estos dos años en su nuevo trabajo. Alucinante. Lo primero: le encanta el trabajo. Lo

segundo: es un director comercial muy atípico, tanto que ahora él es otro nuevo paradigma para mí: *Technical Marketing Engineer*. Mi amigo no se dedica sólo a las ventas; concibe soluciones innovadoras para sus clientes.

No os imagináis lo que puede hacer *un Director Comercial... que domina la tecnología. El trata a cada cliente como a un proyecto de telecomunicaciones*, y desarrolla su profesión comercial tal y como la percibe y no como establecen los clichés tradicionales. Y todo eso con una tranquilidad pasmosa; pues domina lo que vende.

TME: ese es el camino. En Estados Unidos causa furor y ya sabemos que los americanos, por tradición, siempre han ido un pasito por delante en lo que a las Telecomunicaciones se refiere.

Patricia

Patricia lleva un año trabajando y ya ha conseguido ser *Technical Marketing Engineer*. Durante ese año ha tenido que dejar otras dos empresas, en donde realizaba buenos trabajos técnicos. Pero tenía claro lo que quería y en esas compañías no acababan de entender su inquietud y no le planteaban un plan de carrera de futuro en la línea TME. Patricia, has hecho bien en cambiarte de trabajo porque cuando en una empresa percibes que el plan de carrera que están pensando para ti no coincide con

"Los telecos somos como el Ave Fénix: nos quemamos para resurgir, nuestra sabiduría pasa de vida en vida, y nuestras lágrimas lo curan todo"

“El TME es líder, emocionalmente inteligente, emprendedor, y un guerrillero de la innovación”

Technical Marketing Engineer (TME)

Este perfil posee muchas vertientes o responsabilidades posibles. Todas tienen en común que la persona debe tener una *base de formación en marketing y comercial, además de una sensibilidad especial hacia el mercado*. Aquí van algunas de sus posibles funciones, extraídas de varias ofertas de empleo en Estados Unidos y el Reino Unido:

Interfaz técnico entre el marketing de producto y los ingenieros de desarrollo.

Trabajar estrechamente con los socios tecnológicos, los distribuidores estratégicos y los primeros clientes que consumen un nuevo producto o servicio.

Orquestar la estrategia de innovación dentro de la empresa y, también, ayudar en la estrategia de innovación de sus clientes.

Desarrollar soluciones especiales para los clientes especiales.

Apoyar y formar a la fuerza de ventas.

Como veis, el TME necesita tener habilidades de líder, *un alto grado de inteligencia emocional y perfil emprendedor*. ¿Por qué? Para realizar su misión debe ser capaz de aunar voluntades, convivir con las vanidades y ser un *guerrillero de la innovación*.

aquello que escribí hace dos artículos, sobre lo de conformarse con los 15 minutos de gloria que uno alcanza de vez en cuando: “¡No hay que ser conformista! Tenemos que luchar por exprimir ese tiempo al máximo, porque los años en la escuela nos han preparado para luchar. Parece que yo, a fuerza de prueba y error voy consiguiendo exprimir ese tiempo...ahora el mercado laboral lo permite. ¿Por qué no intentarlo?”

Tienes razón. Lo de los 15 minutos de gloria probablemente esté bien para cuando tienes 42 años pero, con tu edad, sería un desperdicio de energía. Así que rectifico aquello que escribí: ¡ánimo con tu lucha inconformista!

La conversación del Viernes Santo con mi amigo me dejó ciertamente contento y esperanzado. Me contó varios casos y anécdotas, de esas que no se pueden escribir, pero sí comentar en la intimidad que uno tiene con sus alumnos cuando se cierran las puertas del aula y la obligación revolucionaria de la Universidad puede emerger, en sentido positivo, con la mejor intención de servicio a la sociedad a la que se debe. Cuando, después de tres o cuatro horas en el interior del aula, veo en los rostros de mis jóvenes alumnos -y pronto compañeros- un semblante de aprobación ante unas nuevas ideas que alguien veterano ha puesto encima de la mesa, entonces entiendo que el Ave Fénix del espíritu teleco ha entrado en acción, y que el inconformismo juvenil del que hablaba Patricia nos está conduciendo irremediablemente al fin de la época del enriquecimiento por el ladrillo, dando paso a un nuevo tiempo de crecimiento económico, que tanto necesitamos, basado en una industria competitiva, innovadora y tecnológicamente vanguardista. ♦

tus intereses, lo mejor es explorar otras posibilidades cuanto antes. Los cinco primeros años de profesión, después de terminar la carrera, son cruciales para tu buen desarrollo futuro. No se puede desperdiciar el tiempo. Uno no puede adoptar una actitud acomodaticia en un trabajo y dejar de evolucionar. Si no encuentras estímulo y variedad en tu empresa, busca otra que te permita evolucionar.

Patricia me contaba que la transmisión por ondas guiadas, las ecuaciones diferenciales y los campos electromagnéticos le han permitido, sin duda, formar y desarrollar su mente de ingeniera y

adquirir los conocimientos básicos que necesita ahora. Pero su base formativa de *marketing* es la que le ha dado la valiosa oportunidad de acceder a un mundo que le fascina. Ella es autodidacta: aprendió *marketing* con motivo de su proyecto fin de carrera. En su opinión, y a la vista de lo observa a diario, *el futuro de los telecos es obviamente la generación de negocio en el sector*.

Sus amigos y familiares se quedan perplejos ante sus continuos cambios. Bueno, Patricia, eso es normal pues entender a un teleco siempre ha sido complicado.

Terminando ya la conversación me dio un tironcito de orejas por