

Ingeniería Técnico-Comercial en HP



Rafael Mompó

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

Apenas hacía una semana que **Mónica Martín, Elena Ortega** e **Isabel de la Torre** habían terminado un intensísimo curso de **ingeniería técnico-comercial en Hewlett Packard**, cuando les pedí que nos reuniésemos un rato, alrededor de una relajante comida, para compartir su experiencia con los lectores de BIT. Se han pasado todo el mes de Julio y Agosto con un programa de seis horas de clase por la mañana, y de estudio y preparación de ejercicios durante las largas tardes del estío.

Isabel, Elena y Mónica han finalizado recientemente sus estudios de Ingeniero de Telecomunicación en la Universidad de Valladolid. En el último curso de carrera, a través de unas asignaturas optativas y de su proyecto fin de carrera, tuvieron la oportunidad de descubrir el mundo del marketing de las telecomunicaciones y de la ingeniería técnico-comercial. Isabel, incluso, fue más allá y se incorporó al vivero de emprendedores de un Centro Tecnológico (CEDETEL), en el Parque Tecnológico de Boecillo (Valladolid), donde está poniendo en marcha su propia empresa, RURAL TELECOM, orientada al ejercicio libre de su profesión, como ingeniero técnico-comercial, a la conquista del incipiente mercado de los nuevos

consumidores de telecomunicaciones en las zonas rurales.

Hasta donde conocemos, esta iniciativa de HP es pionera en España. Al curso asistieron unas 45 personas, de las que aproximadamente más de dos tercios fueron reclutadas a través de una oferta abierta. Ellas tuvieron noticia porque ya habían detectado que el trabajo técnico-comercial les atraía y andaban buscando un trabajo de este perfil, por lo que consultaban de manera sistemática las ofertas de empleo de este tipo. Las llamaron para una entrevista y todo fue muy rápido pues los entrevistadores debieron detectar en seguida su vocación, la soltura que presentaban al hablar de estos temas gracias a la formación que el año anterior habían adquirido en la Universidad y, sobre todo, que entendían que el perfil técnico-comercial es excelente para empezar una carrera profesional apasionante.

El curso abordaba tanto materias tecnológicas como de gestión comercial. Aproximadamente dos tercios partes de los asistentes eran Ingenieros de Telecomunicación. Las materias tecnológicas fueron impartidas por personas de HP, y para las materias de gestión comercial contaron también con el soporte de empresas consultoras que imparten formación de este tipo.

La pasión por el trabajo técnico-comercial se derrochaba a raudales por las tres en su animada conversación. No es de extrañar porque los profesores que han tenido en el curso son todo un lujo, ya que la formación la han recibido de personas de muy alto nivel dentro de HP, que están en el día a día del marketing y la venta. Incluso, en las duras simulaciones de ventas que incorporaba el curso, han tenido enfrente, evaluándolas, a directivos de HP del más alto rango que, por cierto, les han planteado las más duras y crudas situaciones de respuesta del cliente ante la oferta que presentaban. ¡Esa enseñanza no la olvidarán en la vida!

Una pregunta que me rondaba la cabeza desde hacía algunas semanas era cómo pensaría HP gestionar las posibilidades que se le abren a la empresa al conocer y formar especialmente a estos jóvenes, pues una iniciativa de formación como la que estaban planteando debía tener necesariamente un motivo estratégico. Ellas me sacaron de la duda. Desde el principio les explicaron cómo se entendía en HP su evolución profesional. Por una parte, ellas podrían comenzar en la venta telefónica y por web, y desde esa posición ir evolucionando hasta, incluso, Key Account Manager, y por otra tenían la oportu- ➔

tunidad de dedicarse al soporte comercial para preventa y atención al cliente, y por supuesto al marketing en todas sus vertientes.

Les pregunté si también habían considerado como posibilidad profesional la evolución hacia la dirección de proyectos en el cliente. Me permití animarlas a tener presente esta opción, y formarse para ello, para una futura etapa de su carrera, porque no cabe duda que en un mundo tan cliente-céntrico como en el que nos movemos se necesitan jefes de proyecto en el cliente que tengan sensibilidad comercial y que, gracias a ello, asuman de manera natural la conciencia de ser un eslabón más de la cadena de aportación de valor al cliente y dirijan sus esfuerzos a la construcción del mismo, en perfecta sintonía con los que realizan las ventas.

O sea, ¡el mundo al revés!. Cuando los de mi quinta terminamos la carrera se nos decía que primero debíamos aprender a desarrollar proyectos, luego a dirigirlos, y finalmente a venderlos. A lo mejor lo que planteo suena extraño pero, ¿no sería deseable que al menos una parte de los Ingenieros de Telecomunicación siguiesen el camino inverso?. Un comercial, en su veteranía profesional, probablemente pueda ser un estupeando jefe de proyecto en el cliente y, si cuida su formación permanente, pueda más adelante en su trayectoria ser el ejecutor técnico de muchos proyectos o actividades, sobretodo como profesional del ámbito de los sectores usuarios de telecomunicaciones, donde la veteranía y la amplitud de miras proporcionan grandes valores añadidos.

En los postres, empezaron a hablar de sus esperanzas y ambiciones profesionales. Es gratificante el que ya nos encontremos con jóvenes ingenieros que están rechazando ofertas para trabajar en desarrollos puramente técnicos, porque quieren primero explorar las otras opciones no clásicas que permite nuestra profesión. Desde luego, esto es toda una



novedad, porque hasta no hace muchos años estas posturas profesionales, como las que se plantean Elena, Mónica o Isabel, eran totalmente rechazadas. Bueno, ellas todavía tienen que soportar los comentarios jocosos de algún que otro compañero reaccionario, pero eso le pasa a todos los pioneros. Al menos, gracias a este BIT, estas tres pioneras no quedarán en el olvido, y dentro de unos años la excelente referencia que supone BIT, como testigo de nuestra historia colectiva, dará fe de ello.

Al hilo de esto hablamos de los estudios PAFET (estudios sobre los perfiles emergentes para el Ingeniero de Telecomunicación promovidos por ANIEL y el COIT), que se han ido sucediendo cada dos años desde el 2000. Si bien el estudio de 2000 dejó de ser una referencia tras la crisis del sector de principios de 2001, el de 2002 se puede considerar vigente, y el de este año 2004 (el PAFET III) es realmente certero y un guiño esperanzador al próximo futuro que se nos viene encima, en el que la Sociedad de la Información deberá hacerse verdaderamente presente en las empresas españolas, y en donde el Ingeniero de Telecomunicación tiene que jugar un papel esencial como profesional del cambio en la forma en la que se gestionan las empresas y los negocios.

Se las veía realmente contentas y satisfechas. Dan por muy bien empleado el esfuerzo de este verano, y han colocado la referencia a este cur-

so en lo más destacado de su curriculum vitae, que han puesto a circular de inmediato. No les importaría trabajar en HP, es más, les gustaría hacerlo. Incluso Isabel, que por nada del mundo dejaría ahora su iniciativa empresarial de ejercicio libre, que tanto le ilusiona, está explorando la posibilidad de trabajar para HP en calidad de *freelance*.

Seguro que tienen éxito porque se las ve con los pies puestos en la tierra. Son conscientes de que el camino se recorre poco a poco, y que los primeros años son cruciales para construir un patrimonio profesional sólido y solvente.

Como fin de fiesta, todos nos fuimos por la tarde a la lectura del proyecto fin de carrera de Elena, que presentaba un interesante plan de negocio para el establecimiento de una pequeña empresa consultora que diese servicio de tecnologías al sector de los despachos de abogados. Vamos, un paradigma de lo que en PAFET III denominan el sector transformador de las TIC. Había mucha gente presenciándolo y después de la lectura, ya celebrándolo en la cafetería, se escuchaban conversaciones realmente alentadoras y positivas acerca de las telecomunicaciones y del futuro que tienen los que se dedican a comprender el mercado de las telecomunicaciones para las pequeñas y medianas empresas. Conversaciones de jóvenes sobre una profesión siempre joven, que evoluciona imparablemente... como siempre.