**4 nuevas profesiones para el 2020**

Es evidente que la integración de la tecnología en el ámbito empresarial ha transformado de manera radical las formas de trabajo convencionales pero, ¿estás realmente capacitado con las nuevas habilidades que las empresas están buscando? ¿Qué profesiones tendrán más oportunidades en el mercado laboral?

Se estima que el sector IT (o de las Tecnologías de la Información, por sus siglas en inglés) será el gran nicho de empleo para los próximos años. Las tendencias actuales muestran que cada vez son más las empresas que cuentan con una vertiente tecnológica que influye en todos los demás aspectos del negocio.

Para afrontar esta situación, los profesionales deberán ser capaces de desplegar una serie de nuevas habilidades o profesiones vinculadas con este sector tecnológico. De acuerdo con cifras de la Agenda Digital para Europa, en 2020 la demanda de perfiles vinculados a IT tendrá un incremento del 9.3% en todo el mundo.

**Nuevas condiciones laborales**

Además de la transformación inminente respecto de los perfiles de profesionales, el 2020 también supondrá una revolución integral en las condiciones laborales. Los profesionales del futuro ya no se verán atraídos solamente por el beneficio económico, también buscarán participar en la toma de decisiones de las empresas en las que trabajan y buscarán jornadas laborales que les permitan mayor flexibilidad y movilidad.

Los puestos de trabajo ya no serán fijos o centralizados y el modo de trabajo “desde casa” cobrará nuevas dimensiones. Los profesionales del futuro no ven la productividad como el objetivo fundamental del puesto de trabajo, también se preocupan por encontrar bienestar laboral y felicidad.

Sobretodo buscarán organizaciones saludables que les permitan ejercer su profesión pero que, además, aporten nuevos retos para continuar su crecimiento profesional.

**Las profesiones en TI**

De acuerdo con algunas agencias de información, la lista completa que conforma estas profesiones en TI para el futuro abarca alrededor de 15 perfiles o más. A continuación enlistamos las características principales de cuatro de estos perfiles.

**Android Developer**

Es un profesional del área tecnológica que se dedica al diseño, desarrollo y/o mantenimiento de programas y aplicaciones para dispositivos Android.

¿Qué hace? Crea el código, realiza las pruebas, hace las correcciones y diseña o asiste en el diseño de la base de datos de los programas que se instalan en dispositivos móviles con sistema operativo Android.

¿Cuánto gana? Esta profesión tiene un rango salarial entre 25.000 y 45.000 euros aproximadamente, sin embargo a más experiencia puede haber mayor sueldo.

¿Cómo ser un Android Developer? Este perfil suele solicitar titulados universitarios con especialización posterior (máster u otros programas de postgrado) en el desarrollo de aplicaciones o programas para móviles. Con dominio de lenguajes como Java y XML, principalmente; y manejo de entornos de desarrollo como Android Studio, Basic 4 Android, App Inventor, Mono para Android.

**UX Designer**

*Los diseñadores UX desarrollan productos, servicios y procesos, pensando siempre en lo que puede experimentar el usuario antes, durante y después de interactuar con ellos.*

*¿Qué hace? Estudia el perfil de los usuarios para proponer ideas visualmente atractivas, que cumplan con los requisitos y funcionalidades necesarias para llenar las expectativas de estos. A menudo elabora prototipos para guiar al equipo de programación.*

*¿Cuánto gana? El rango salarial es de 26.000 a 45.000 euros, con posibilidad de mayor salario a mayor experiencia.*

*¿Cómo ser un UX Designer? Los profesionales que trabajan en*[*UX*](https://www.crehana.com/cursos/diseno-web/fundamentos-del-ux-design-y-diseno-de-wireframes/?af=faa926c6-3e3b-4014-ad9c-64eef8c09787)*proceden de diversos perfiles formativos. Y aunque la formación en este campo todavía es escasa, actualmente los cursos de capacitación son una buena herramienta para comenzar una especialidad en experiencia de usuario y usabilidad.*

**Desarrollador de videojuegos**

***Los Desarrolladores de Videojuegos a menudo suelen ser desarrolladores de Software que se dedican a crear videojuegos para diferentes plataformas.***

***¿Qué hace? Crea la lógica que hace posible las reglas del juego. Incorpora el arte digital en los sistemas de salida multimedia. Y realiza pruebas para localizar y corregir errores en la programación.***

***¿Cuánto gana? El rango salarial oscila entre los 25.000 y 50.000 euros dependiendo del tipo de desarrollador.***

***¿Cómo ser un Desarrollador de videojuegos? De a poco las universidades van incorporando esta carrera en su matrícula, sin embargo, la forma más sencilla de formarse en este campo es, de nuevo, con cursos de capacitación. Estos cursos de capacitación en línea suelen ofrecer formación en programas como [Game Maker Studio](https://www.crehana.com/cursos/videojuegos/crea-videojuegos-desde-cero-con-game-maker-studio/?af=faa926c6-3e3b-4014-ad9c-64eef8c09787" \t "_blank) para comenzar con los fundamentos básicos, de allí mucho depende de la práctica y dedicación del estudiante.***

**Ethical Hacker**

Un hacker ético a menudo es reclutado por organizaciones, ya sea empresas privadas o gobiernos, para probar la seguridad de sus sistemas ante un ataque informático.

¿Qué hace? Burla la seguridad del sistema informático de una organización mediante distintas pruebas de intrusión o penetración para informar a la compañía de las grietas encontradas y proponer mejoras para reforzar la seguridad de esos puntos.

¿Cuánto gana? El salario de calcula a partir de las certificaciones y experiencia del profesional, con un rango salarial que puede llegar desde los 75.000 hasta los 115.000 euros.

¿Cómo ser un Ethical Hacker? Aunque no es requisito contar con titulación académica, si se necesita contar con alguna certificación especializada en seguridad informática (CEH, OSCP, OSCE, OSWE, GPEN, GWAPT, GXPN), dominar diferentes metodologías de pruebas de seguridad (OSSTMM, OWASP, ISSAF), conocer herramientas de hacking (Acunetix, Appscan, Burpsuite, Nessus, Metaspoit), y conocer diferentes lenguajes de programación (Python, Powershell, etc.).

Conclusión

Los perfiles profesionales que enlistamos anteriormente están todavía comenzando a hacerse visibles entre la comunidad tecnológica, de allí la importancia de aprovechar la formación, mediante cursos de capacitación para hacer frente al 2020 con todas las herramientas necesarias.

Contar con los conocimientos y habilidades tecnológicas que mayor demanda tendrán en los próximos años puede asegurarte un buen futuro, así que no lo pienses más y comienza a añadir valor a tu perfil profesional. Recuerda que en Crehana contamos con una amplia variedad de [cursos](https://www.crehana.com/cursos/?af=faa926c6-3e3b-4014-ad9c-64eef8c09787) con los que puedes aprender desde la comodidad de tu casa y a tu propio ritmo.

Las 7 estrategias de Marketing para el siglo XXI de Philip Kotler

Estrategias de Marketing

Estrategia de bajos costes:

No consiste en reducir costos, sino en que la estrategia se aplique en todas las áreas de la compañía, con el fin de no deteriorar la expectativa que el propio cliente tiene. Para ejecutarlo se debe de ser ingenioso y ser creativo, además de aprovechar lo máximo posible todas las ventajas que puede brindar en su conjunto un modelo de negocio exitoso.

Crear una experiencia única para el consumidor:

Esta segunda estrategia busca conseguir que el cliente viva una experiencia excepcional, única y diferente, esto logrará que el cliente esté dispuesto a pagar más dinero por un producto o servicio similar al de la competencia.

Reinventar nuestro modelo de negocio:

En ocasiones, nos empeñemos en mejorar el producto o servicio que se ofrecerá, añadiéndole características, funcionalidades, sabores o texturas y sin embargo no alcanzan para cumplir con los objetivos pretendidos. Es ahí cuando Kotler recomienda en detenernos a reflexionar, y tratar de reinventar el modelo de negocio tomando en cuenta en hacer las cosas distintas.

Ofrecer calidad máxima en el producto:

Como se sabe, el objetivo de cualquier departamento de marketing es en dejar una huella de nuestra marca en la mente del consumidor, pero este destino muchas veces tiene diferentes cambios. Uno de ellos es asociar nuestra marca a una imagen de calidad, de tal forma que con sólo pensarla, el cliente no necesite que le aportemos más información al respecto.

Centrarse en nichos de mercado:

Si se trata de ofrecer un mismo producto a todo el mundo, estaremos garantizando que nadie lo compre, porque es obvio que no tienen los mismos gustos, preferencias o necesidades.  Una forma de garantizar el éxito es centrarnos en nichos de mercado, sin embargo vemos como muchas empresas en la actualidad aún no se han enterado que este planteamiento existe y tratan de venderle a todo el mundo, consiguiendo no venderle a nadie.

Ser innovador:

Esta es la palabra clave para muchas empresas, ya que la han asumido como una de las ventas competitivas. Si el cliente percibe que nuestra marca está en continuo lanzamiento de productos que suponen un paso adelante, lo asocia, y la refuerza contra la competencia, y esto no supone que se hable sólo de productos de tecnologías, ino que es aplicable a cualquier sector y a cualquier tipo de empresa.

Ser el mejor diseño:

Esta estrategia se basa en los clientes dependientes de los dispositivos y elementos que estén bien diseñados. Es una realidad y hay que aprovecharla, pues existe todo un mercado para los productos con diseño.