

## Los trabajadores del futuro

# LA VICTORIA DE LOS KNOWMADS

*No tienen oficina, son digitales, saben reinventarse y el mercado laboral está en sus manos. Entramos en la era de los nómadas del CONOCIMIENTO.*

POR MIGUEL AYANZ

**Y**a han pasado las ocho de la tarde y hace media hora que has cumplido tus objetivos, pero tus compañeros siguen anclados al ordenador, calentando la silla y pintando la mona. A ver quién se anima a salir el primero, con el ERE al caer. Ayer el cuerpo te pedía aire fresco. O, al menos, un sitio diferente en el que darle vueltas a la cabeza para encontrarle una solución a ese proyecto que se te ha atragantado, pero ya sabes que lo de pasear en busca de inspiración está mal visto en la oficina. Y la semana pasada te desesperaste por enésima vez con tu superior inmediato, ese que tiene por costumbre guardarse la información como si fuera *su tesoro*, echar balones fuera y colgarse medallas ajenas. Si esta descripción se ajusta a tu día a día, puede que necesites un vuelco en tu vida laboral. Quizá, aunque no lo sepas, seas un *knowmad* en potencia.

El término, que nace de la unión de las palabras inglesas *know* (*conocer*) y *nomad* (*nómada*), define un nuevo paradigma laboral, un tipo de profesional que vive por y para el cambio, con sus conocimientos como único equipaje y

sin ataduras físicas. Como explica Raquel Roca, consultora digital en Mind The Gap ([mindthegap.team](http://mindthegap.team)) y autora del libro *Knowmads. Los trabajadores del futuro* (LID), «cualquier persona, ya esté contratada en una empresa o sea empresaria o *freelance*, mejora su empleabilidad si adopta una mentalidad *knowmad*. Hablamos de personas que llevan el control de su futuro profesional; no esperan que los demás les solucionen la vida, sino que activan todas las herramientas que pueden –y diría que el 90 por ciento son digitales– para mejorar sus capacidades».

También son trabajadores creativos, innovadores y flexibles, que saben colaborar, sociables y a los que no les asusta compartir el

conocimiento, que es su principal valor en una época en la que millones de puestos están amenazados por culpa de la *robotización* y la automatización.

### GENTE LIBRE, GENTE QUE NO FICHA

El 47 por ciento de los empleos actuales serán desarrollados por máquinas de aquí en 20 años, según un estudio de la Universidad de Oxford. Con esta perspectiva, el *knowmad* se erige en representante de la sociedad digital frente a la industrial: su conocimiento es lo ▶

**NUEVOS GURÚS  
CREATIVOS, FLEXIBLES  
Y MUY SOCIABLES,  
DESEAN COMPARTIR SU  
SABER CON LOS DEMÁS**



**SU FILOSOFÍA**  
JAMÁS ACEPTARÁN  
CALENTAR LA SILLA  
HASTA LAS TANTAS Y  
ATARSE DE POR VIDA  
A UNA EMPRESA



único insustituible. En IBM el 47 por ciento de la plantilla y de los contratistas trabajan ya de forma remota, y ese mismo índice representa el número de empleados globales que serán *knowmads* en 2020, de acuerdo con el creador del término, John Moravec, redactor del proyecto *Knowmad Society* y fundador de Education Futures LLC (educationfutures.com). Se habrán liberado físicamente, habrán conseguido hacerle entender a su entorno que, en un mundo conectado, resulta absurdo fichar al entrar y al salir.

### RADIOGRAFÍA DEL KNOWMAD

Los *knowmads* no entienden ni de edades ni de ámbitos laborales. Pueden ser ingenieros, analistas de datos, periodistas, directivos de empresas o agricultores dispuestos a ganar en eficiencia. La clave reside en querer sacarle el jugo al conocimiento y mostrar una nueva actitud ante el cambio de modelo. Se acabó eso de pensar a largo plazo y atarse a las empresas de por vida. Adiós a la esclavitud geográfica, algo que, de paso, beneficia a las compañías: ven liberados miles de metros cuadrados infrutilizados en sus edificios.

«En España esta mentalidad está creciendo y calando, cuenta con una percepción superpositiva. La gente que se



### MARCA PERSONAL

El '*knowmad*' «es un profesional que no está bajo el paraguas de una empresa; por lo tanto, debe conseguir que su nombre sea reconocido, es decir, tiene que dejar su huella, su marca personal», explica el asesor Andrés Pérez Ortega, experto en el terreno del *working*. **Lo mejor** es hacerlo «ya», apremia el especialista. «El trabajador

del siglo XXI que pretende sobrevivir y progresar necesita aprender a gestionar el impacto que es capaz de generar. Y lo más conveniente no es ponerse manos a la obra hoy, sino anteayer: cuanto antes establezcas tus objetivos y empieces a diseñar tu estrategia, antes conseguirás buenos resultados», recalca Pérez Ortega.

**Confianza** y sintonía «son los dos factores comunes de la marca personal del *knowmad*: ha de llegar a la cabeza y al corazón», dice el asesor. «Tienes que ser creíble y recurrir al universo 4.0 para mostrar lo que ofreces y lograr que otros hablen bien de ti. Y debes establecer un vínculo emocional con la gente en la que desea influir».

acerca por primera vez a la idea, que empieza a experimentarla, la disfruta y comprende que tiene sentido, porque la *sociedad líquida* nos conduce a ser gestores de nuestro desarrollo personal», explica Raquel Roca, que acude al concepto de *modernidad líquida* acuñado por el filósofo Zygmunt Bauman. «¿Conozco líderes *knowmad*? Sí, y molan —continúa—. Cada vez más. No tienen por qué ser jóvenes; en ocasiones su empresa está siendo *mordida* por entornos más rápidos, más ágiles, más operativos que ellos, y es gente que se ha dado cuenta de que necesita un enfoque distinto. Y por supuesto, toda *start-up* nace bajo esta filosofía».

## SIEMPRE LIBRES LOS 'KNOWMADS' NO ENTIENDEN NI DE EDADES NI DE ÁMBITOS LABORALES. SU MENTALIDAD ES SU FUERZA

Sí, la noción tradicional de *lugar de trabajo* ha cambiado. España figura como uno de los países líderes en centros de operaciones (*hubs*) o espacios alternativos de *coworking*. The Knowmad Hub es una red de trabajo que vincula a profesionales en diferentes países y ciudades; Antonio Ruiz, uno de sus socios fundadores, explica que «ser *knowmad* no va ligado a ser empresario, emprendedor ni joven, sino a disponer de una actitud adaptada a los nuevos tiempos, y eso conlleva que en los *hubs* la mentalidad sea práctica, operativa y sinérgica». Continúa: «Dicho de otra forma, estamos aquí para hacer cosas, para ejecutar. Por ejemplo, hemos logrado que un operario del puerto de Algeciras se convierta en el pintor más famoso de deportistas, crear el portal de *e-commerce* de juguetes más importante del país y cruzar el polo sur en bicicleta».

### EMPRESAS ITINERANTES

El *knowmad* y el concepto de *coworking* se entrelazan. «En Betahaus –betahaus.com– le ofrecemos un abanico de servicios que va desde el acceso a Internet hasta toda la infraestructura necesaria para poder realizar el trabajo», dice Eduardo Forte, cofundador y responsable de Marketing de esta cadena de espacios alternativos surgida en 2009 en Alemania. «Intentamos ofrecerle un valor extra que tiene que ver con la creación de una comunidad relacionada con el conocimiento, con aprender cosas nuevas fruto del contacto con perfiles diferentes». Para Antonio Ruiz, con la digitalización y las capacidades actuales que aporta la tecnología, la gente ya no requiere «una oficina clásica. Así que los *hubs* se levantan como esos lugares para que los *knowmads* viajeros posean una referencia geográfica en la que saben que van a ser acogidos y a sentirse

como en su casa». A las sedes de Betahaus en Málaga y Madrid, por

ejemplo, diferentes profesionales «se acercan a trabajar, a inspirarse e incluso a hablar para intercambiar puntos de vista sobre aspectos que muchas veces no se hacen tangibles vía *e-mail*».

### ¿UN SALTO SIN RED?

Bien, pero ¿todo esto cómo se cocina? ¿En qué momento y cómo uno se convierte en *knowmad*? ¿Cómo se da el paso? «El gran problema del ser humano es su resistencia a los cambios. Y la mentalidad *knowmad* convive con el cambio. No se resiste: está siempre preparada para las cosas que vengan y aprender», señala Raquel Roca. Una de las características de esta tendencia laboral es que sus *miembros* están digitalizados al cien por cien. «No significa que seas un friki *tekkie*, sino que sepas manejar las nuevas tecnologías a tu favor», aclara la consultora digital, que asegura no separarse de su *smartphone*. «Soy un cibernauta», bromea.

Llegados a este punto, conviene recordar la etimología del término, que nada tiene que ver con *mad* (*loco*). Aunque habrá quien piense que son gente que salta sin red. Y, bueno, lo hacen: ser *knowmad* implica a menudo no vivir bajo el paraguas de una nómina a fin de mes, aunque uno enferme, con sus 14 pagas y su cotización a la seguridad social. «Esta es una cuestión importante, y mi respuesta, por desgracia, no es optimista», reconoce John Moravec. «Las administraciones operan muy despacio; cuando responden, a menudo lo hacen priorizando los deseos de los grandes negocios y de los más adinerados. Necesitamos nuevas formas de apoyo social que ayuden a lo *knowmads* a enfrentarse a lo inesperado», añade. Y concluye sin ocultar su pesimismo: «Me temo que a nuestros gobiernos les llevará mucho tiempo darse cuenta de esta nueva realidad». ■

## UN NUEVO CONCEPTO DE LUGAR DE TRABAJO

**CENTROS ESPECIALIZADOS** Antonio Ruiz es uno de los socios fundadores de la firma The Knowmad Hub ([tkmhub.com](http://tkmhub.com)), una red de lugares de trabajo que reúne a esta clase de profesionales y sirve para que establezcan lazos entre sí en diferentes países. En el nuestro, cuentan con sedes en Madrid, Barcelona, Sevilla y Marbella.

**LUGARES QUE UNEN** «Dicho de forma coloquial, en este tipo de espacios pasan cosas», señala Ruiz con tono misterioso. «Hablamos de centros diseñados para que sea posible desarrollar en ellos proyectos que requieren unas instalaciones y donde fluye la creatividad».

**COMO EN CASA** «El contexto actual, marcado por la digitalización de los procesos y la importancia de la tecnología, hace que, en muchos casos, ya no resulten necesarias las oficinas clásicas. Los 'hubs' son espacios itinerantes en los que la gente, si tiene que viajar (de ahí que hablemos de 'nómadas del conocimiento'), cuenta con una referencia geográfica en la que va a ser acogida y a encontrarse como si estuviese en su propia casa», asegura Antonio Ruiz.

**VALOR AÑADIDO** Para Eduardo Forte, cofundador de Betahaus –otra red de centros de 'coworking' ([betahaus.es](http://betahaus.es))–, uno de los valores que más atraen a sus 'knowmads' es el sentido de pertenencia a una comunidad en la que la información fluye. «Los espacios de trabajo en conjunto que se limitan a ofrecer solamente una infraestructura no podrán atraer a este tipo de profesionales, que buscan algo más que una conexión a Internet», señala. Hoy esta red cuenta con sedes en Berlín, Hamburgo, Sofía y Barcelona.