

Texto Sergio Daniel Bote

JÓVENES DE ÉXITO

Sí, la crisis sigue ahí. ¿Es posible esquivarla? Tres chicos y dos chicas, formados y osados, explican las vivencias que les han llevado a triunfar por su cuenta o con una multinacional, en España o el extranjero

ARCHIVO



Gina Tost, 26 años, experta en comunicación digital

En un momento tan difícil como este, proliferan en la prensa malas noticias que traspasan la sección de Economía: “La tasa de paro juvenil en España alcanza el 46%, el doble que la media europea...”; “Los jóvenes en paro, obligados a volver a casa de sus padres”; “Se duplica el desempleo entre los licenciados...”. Se habla de la generación perdida, esos jóvenes que empezaron su carrera al calor del llamado “milagro económico español” y que las han terminado justo cuando parecen sonar las trompetas del Apocalipsis. Nunca habían estado tan preparados. Pero aún así algunos están pasando de ser mileuristas a ni siquiera eso.

También es verdad que los comienzos nunca han sido fáciles para nadie y que siempre hay quien sabe cómo hacer de la necesidad virtud. Con esfuerzo, flexibilidad y altura de miras, se puede capear el temporal y encontrar una profesión que quizá no era la esperada, pero que puede permitir subir el complicado primer escalón de la vida adulta. Cuatro ejemplos lo ilustran.

Gina Tost: “Nunca había esperado trabajar en esto” “Lo que nos sobra son historias negativas”. Gina Tost lo tiene muy claro. Esta barcelonesa de 26 años se lanzó desde muy joven al universo del vídeo en internet. Ahora forma parte del equipo del programa

de Generació Digital, originalmente un programa semanal de Catalunya Ràdio sobre el ocio digital y las nuevas tecnologías, que también se emite en TV3, entre otros muchos proyectos, como vídeos en inglés sobre los encantos turísticos de Barcelona. “Cuando empecé en el 2003 con el videoblog no existía YouTube, y ahora parece lo más normal del mundo”, explica. La vida da muchas vueltas y al final una cosa fue llevando a otras. “Como tenía mucha exposición en la red, algunos medios en línea se fijaron en mí. Yo estaba estudiando diseño pero al final nunca me he dedicado a eso. Y me he dado cuenta de que en comunicación soy mejor de lo que podría ser como diseñadora”.

Aunque sabía que quería sentirse a gusto con su oficio, no descubrió realmente lo que le gustaba hasta que empezó a hacerlo. “Nunca había esperado trabajar en esto –asegura, ya que sus estudios universitarios debían llevarla, en principio, hacia otros derroteros–. En España tenemos una enfermedad social que se llama *titulitis*. Es verdad que la universidad es necesaria, te abre la mente, te ayuda a descubrir cosas. Pero al final, el conocimiento del día a día, creer en uno mismo y encontrar gente que te ayude es lo más importante. Grandes personas que están haciendo grandes cosas no tenían un título específico. Y a Steve Jobs,

¡le echaron de su propia empresa!”, recuerda.

En esto, asegura Tost, nuestra generación es distinta de la anterior, mucho menos dispuesta, debido a un momento histórico que también era muy complicado, a escoger caminos imprevistos. “Mi madre es farmacéutica porque su padre se lo dijo y ni siquiera se lo planteó. Cuesta mucho esfuerzo y queda mal socialmente dejar de lado aquello que has estudiado y dedicarte realmente a lo que te gusta. Lo importante es rodearte de personas que sepan y que te puedan aportar valor. Siempre que alguien me daba consejos me callaba, escuchaba y tomaba apuntes”, revela.

Es precisamente la valentía de la generación actual, en su opinión, la que puede reinvertir la precaria situación. Y de los fracasos, también se aprende. “Puedes intentar cinco proyectos y que sólo te salgan dos. Pero de los tres que no te han salido aprendes mucho más. En Estados Unidos valoran mucho a los empresarios que han quebrado, porque en una situación así se adquiere más experiencia de gestión”, razona.

Carlos Villaumbrosia: “Antes de conseguir el dinero para montar una empresa hay mucho que hacer” Siendo doblemente ingeniero –informático e

ARCHIVO



Carlos Villaumbrosia, 27 años, ingeniero

industrial–, lo más lógico parecía irse a Alemania (que necesita a unos 36.000 profesionales de esta rama). Sin embargo, a Carlos González de Villaumbrosia no le gustaba la salida fácil. “Cuando estaba estudiando la primera carrera empecé a trabajar en una consultora. Pero no me gustaba demasiado. Siempre he sido muy activo y me ha gustado probar cosas nuevas. Gracias a comprar y vender en eBay descubrí el potencial de internet”. Mientras estudiaba, conoció a su vecino Álvaro Sanmartín, que ahora es uno de sus socios en la empresa que acaban de montar, Floqq. “Quedábamos para jugar a fútbol y salir de fiesta, pero también le dábamos vueltas a nuestra situación laboral. Sabíamos que al terminar la carrera no íbamos a recibir la oferta de nuestra vida, y que después de cinco o siete años sufriendo una ingeniería íbamos a estar desaprovechados delante de un ordenador”.

Su andadura conjunta comenzó organizando eventos para jóvenes licenciados llamados NetDay. “La idea era ponerles en frente de personas que están, en cierta forma, cambiando el mundo, para que les contasen sus experiencias y les inspiraran”. Gracias a este proyecto consiguieron ganar el programa Yuzz de jóvenes emprendedores de la Fundación Banesto. El premio consistía en pasar una semana en el paraíso de las nuevas tecnologías:

Silicon Valley, California. “Nos cambió la vida y los esquemas. Visitamos Google, Intel y las universidades de Stanford y Berkeley. En Berkeley nos colamos en una clase, y me gustó tanto, que nada más llegar a Madrid realicé mi solicitud para hacer un máster allí”.

Recién llegado a Madrid, ha profundizado junto a su compañero y otras seis personas más en la idea de NetDay para fundar Floqq (Floqq.com). Porque contar con un equipo es fundamental. Bajo el lema “aprende de lo que quieres y nadie te enseña”, su idea es cambiar la manera de impartir la formación en España. “Conectamos personas que quieren aprender y personas que puedan enseñar habilidades muy concretas. Sobre todo en aquellos temas que hemos visto que tienen mucha demanda en el mercado aquí y ahora: redes sociales, aprender a usar Dropbox, o cómo pasar de la idea al proyecto

y hacer un plan de empresa. Nosotros nos encargamos de organizarlo todo”.

Emprender requiere muchos esfuerzos pero, a la vista de las actuales circunstancias económicas, puede ser, en muchos casos, la única salida. “Muchos no se atreven por el papeleo, o porque nunca lo han hecho, o porque a sus padres les apetece que sean funcionarios, o por cuestiones económicas. Pero es que antes de conseguir el dinero para montar una empresa hay muchas cosas que hacer: crear una web muy sencilla, o una página en Facebook, o mandar un e-mail a tus amigos”, explica Carlos. El modelo que seguir, el estadounidense. “No es que en Estados Unidos sean mejores. Pero sí tienen la mentalidad de echarse para adelante”.

Nacho Monclús: “En EE.UU., si quieres crecer, creces” Son cada vez más los jóvenes que se marchan al ▶

en familia

“EN EE.UU.,
NO COMO
AQUÍ, TU
APELLIDO
NO IMPORTA”
DICE NACHO,
SUMILLER

GINA,
EXPERTA
DIGITAL,
CREE QUE EN
ESPAÑA SE
SUFRE DE
‘TITULITIS’

un motivo. Tu apellido no importa, al contrario que en España. Sólo que seas bueno en lo tuyo y si quieres crecer, creces. Pero tienes que tener una habilidad, porque la mentalidad aquí es ‘si un estadounidense lo puede hacer, no necesitamos un extranjero’”. Los salarios, explica, suelen ser altos. “En Nueva York pagan muchísimo, pero para que gastes mucho. Porque es el consumo lo que mantiene a esta ciudad. Pero el 99% de los restaurantes abren todos los días. He pasado más de año y medio sin vacaciones. Y desde que estoy en Gastroarte, nunca –constata– he librado más de dos días seguidos”.

En cuanto a su oficio, Monclús afirma que “a los neoyorquinos les encanta todo lo que es Viejo Mundo. El vino español es más barato que otros más famosos, como los franceses y los italianos. Pero se necesitan profesionales que sepan explicarlo bien a los clientes. No somos nada buenos con el marketing. Pero la cultura del vino en este país es muy abierta, han empezado recientemente a apreciarlo y se están empezando a refinar”.

Alba Cardalda: “No todo el mundo puede ser Chanel” Si hay mundo difícilmente accesible, es el de la moda. Pero Alba Cardalda nació en Galicia, en Vilagarcía de Arousa en 1987, una tierra bendecida por el talento en el campo del diseño de moda: Zara, Adolfo Domínguez, Roberto Verino o Kina Fernández. Allí estudió y elaboró, como proyecto de final de carrera, una colorida y futurista colección masculina. Lo que ella no sabía es que la llamarían de EGO, el espacio de la entonces pasarela Cibeles dedicado a descubrir a los nuevos talentos. “Fue todo muy repentino, presenté el proyecto y me llamaron. Yo sólo tenía la mitad de la colección, la de chico, y tuve que diseñar rápidamente la de chica, en un par de meses. Las críticas fueron muy buenas”, explica. No en vano, una de sus fuentes de inspiración es el veterano arquitecto brasileño Óscar Niemeyer. “Yo quería ser arquitecta. Me gusta Niemeyer porque no sigue las corrientes convencionales. Me pareció ideal para mi primera colección”. Las otras influencias, según revela, son la banda alemana de los setenta Kraftwerk y el clásico juego Scalextric. ¿Sus referencias? “Mami por el color y el estilo retro, y Dries van Noten en la construcción de las prendas”, confiesa. La oportunidad de presentar sus diseños en EGO dio a conocer su nombre entre los medios especializados. “Siempre intentas hacer algo que te gusta y mi familia me apoyó. Cuando era pequeña tan sólo dibujaba diseños, pero en ningún momento me planteé trabajar en ello”. Además de formarse en su tierra natal, también realizó un curso en Parsons, una de las más prestigiosas escuelas de diseño del mundo –“muy enfocado al mundo laboral y comercial: las cosas que haces se tienen que vender... una visión distinta y complementaria; está bien experimentar pero tiene que ser rentable”, cuenta–; y también en el FIT (Fashion Institute of Technology), ambos en Nueva York. Ahora, Alba ha recibido varias ofertas para trabajar en firmas internacionales. Y aunque su sueño sería montar su marca propia, “soy demasiado joven. Pero no me como la cabeza y aprovecho todas las oportunidades”. Por eso, considera que es fundamental adquirir primero la experiencia de comenzar

aguantaban. Me metí en una escuela de idiomas básicamente para conseguir el visado de estudiante y poderme quedar”. Poco a poco, consiguió superar las dificultades iniciales. Primero le nombraron sumiller en Socarrat, un restaurante de paellas en el centro de Manhattan. “Pero cuando el chef Jesús Núñez creó su espacio de cocina moderna, Gastroarte, me fui con él”. En Nueva York, no eres nadie hasta que sales en los *reviews* de los periódicos más importantes. Y así fue. El crítico de *The New York Times* aludió a su labor como sumiller: “¿Qué? ¿No conoce Asturias, en la costa norte de España? Permítame que Mr. Monclús le guíe. Después de probar un Monasterio de Corias cosecha 2007, usted querrá mudarse a vivir allí”, rezaba la crítica. “Salir en *The New York Times* fue wow–exclama Nacho–. Al día siguiente fui a comer a un restaurante y me invitaron al postre porque habían leído la reseña!”.

Pero a su juicio, Estados Unidos no es España. “Aquí se trabaja un montón. Hay un ritmo frenético y una competencia brutal. Todo el mundo viene aquí con

Monclús, 27 años, sumiller oscense en Nueva York



JUAN CARLOS BARRIO

▶ extranjero en busca de nuevas oportunidades. Pero no es un fenómeno tan nuevo como parece. Simplemente, la crisis lo ha acentuado. Supone una opción más, como la que tomó Nacho Monclús, oscense de 27 años. Aunque estudió publicidad y relaciones públicas, ahora es director de vino (*wine director*) en uno de los restaurantes españoles más en boga de Nueva York, Gastroarte. Con 21 años ganó el concurso de mejor sumiller de menos de 25 años”, organizado conjuntamente por las comunidades de Castilla y León, Castilla-La Mancha y Madrid. Su carrera comenzó en España, poco antes de que estallara la crisis. “Trabajaba en un restaurante en Segovia, y venían a comer ejecutivos y gente relacionada con la construcción. Pero no venían a disfrutar, sino a derrochar. Hasta que un día, en el 2008, el gerente de una oficina que venía a menudo me dijo ‘Nacho, esto se ha acabado’. Así que decidí marcharme a Nueva York. Me fui –recuerda– sin inglés, pero con el título de sumiller. Me costó un montón y casi me doy la vuelta y vuelvo a casa. Tengo amigos que se han marchado porque no



ARCHIVO

Alba Cardalda (25 años) es diseñadora de moda

Pablo Carballude, 24 años, trabaja para Microsoft



ARCHIVO

dentro de una casa reconocida, para luego ir más allá. “No todos los diseñadores de moda van a ser Coco Chanel –asegura–. Hay muchos ámbitos en el mundo de la moda, en los que se puede trabajar”. Tiempo al tiempo.

Pablo Carballude: “Trabajar donde has nacido es muy difícil” Muchos jóvenes han aprovechado los numerosos programas de becas que existen en todo el territorio estatal para formarse dentro y fuera de nuestras fronteras. Es el caso de Pablo Carballude, asturiano y recién llegado a Madrid de la mano de Microsoft. La rama española de la empresa de Bill Gates lo ha fichado como *evangelista*. Tal como hacían los cronistas bíblicos, estos profesionales se dedican a dar a conocer la buena nueva, es decir, los nuevos productos y aplicaciones de la multinacional. Pablo empezó su formación estudiando Ingeniería Técnica Informática en la Universidad de Oviedo. Pero “en vez de presentar proyecto de fin de carrera, me fui gracias a una beca a la Universidad de Portsmouth, y me gradué allí en Computing. Luego, con otra beca, hice un máster en la Universidad de York sobre cómo los hombres se relacionan con las máquinas, y cómo hacer que estas sean fáciles de usar. Y otro máster en Birmingham de seguridad informática”. Y sólo tiene 24 años. En su nuevo trabajo, explica, “nos pasan las tecnologías de Seattle y las estudiamos antes de que salgan al mercado. Así hablamos con los clientes para ver su aplicación e intentamos que les gusten nuestros productos”. Sin embargo, sus planes no pasaban por trabajar en Madrid. “Mi idea era quedarme en el Reino Unido. Pero Microsoft, y además en España, era un ideal que no podía rechazar”, asegura. “En la entrevista con la multinacional me dijeron que parecía que todo lo había hecho de casualidad. Y es verdad: tienes una idea, pero las oportunidades te van saliendo y a veces te desvías un poco de la idea inicial”. En esa entrevista, Pablo apareció con un Mac bajo el brazo. De hecho, en su web personal dice “hecha con Mac”. Esta pequeña y simbólica afrenta contra Microsoft simplemente fue tomada, según cuenta, como que “nadie es perfecto”.

“Buscar trabajo en la ciudad en la que has nacido y crecido es muy difícil”, opina. Y, a veces, es incompatible con “el interés en progresar, o ambición, llámalo como quieras”. Su estancia en el Reino Unido le ha permitido conocer otro modo de crecer académicamente. “En el mundo anglosajón no estudias en la universidad que te cae más cerca sino en la mejor, eso sí, si te aceptan y puedes pagarla. Si con 18 años ya estás acostumbrado a moverte, no vas a tener problemas después”. Según cuenta, en Birmingham había empresas invitadas a menudo para hablar con los estudiantes que se interesaran por ellas. “Con una pizza en la mano y de tú a tú. Ni siquiera vas a buscar trabajo, pero te sirve para ver el mundo empresarial de una manera más próxima. Pero en España, durante la carrera, la gente no iba a las reuniones y a los campings que organizaba Microsoft y otras empresas. Estaban centrados en estudiar, ir a clase y aprobar. Evidentemente, hay que ir a clase y aprobar, pero sí no te mueves un poco, no conoces a nadie”, asegura. Y haciendo contactos, se puede llegar muy lejos. ■