

1. MISIÓN Y FUNCIONES



MISIÓN

Gestionar una estrategia de contenido digital, de comunicación basada en redes sociales, y redactar contenidos en los canales digitales, de forma coordinada con las áreas de negocio y/o marca, definiendo, generando y difundiendo piezas de contenido digital en los distintos formatos y momentos del proceso de conversión

Fuente: Adaptación INCUAL; COM707_3



FUNCIONES

Apoyar el crecimiento y desarrollo de la actividad empresarial mediante la preparación y aplicación de objetivos, políticos y programas de comercialización

Asesorar a la dirección y a los clientes sobre posibles estrategias y campañas para llegar a los mercados objetivo, conseguir la notoriedad de marca y promover eficazmente los atributos de los bienes y servicios

Interpretar y predecir las tendencias actuales y futuras de consumo

Redactar textos publicitarios y guiones para los medios de comunicación, y organizar la producción en televisión, cine y las inserciones en los medios

Fuente: Definidas a partir de las tareas de las Notas Explicativas del Catálogo Nacional de Ocupaciones

2. COMPETENCIAS Y HABILIDADES

COMPETENCIAS TÉCNICO-PROFESIONALES

Fuente: [Esco \(europa.eu\)](http://esco.europa.eu)

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES (1/2)

ESPECÍFICAS DEL SECTOR

- [convertir los conceptos de los requisitos en contenido](#)

- [desarrollar un plan de comunidad en línea](#)
- [gestionar proyectos de desarrollo de contenido](#)

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES (2/2)

TRANSECTORIAL

- [realizar un análisis de datos en línea](#)
- [integrar la base estratégica en la práctica cotidiana](#)
- [gestionar las observaciones y comentarios](#)
- [planificar una estrategia de comercialización](#)
- [estudiar los niveles de venta de los productos](#)
- [evaluar el contenido de los materiales comerciales](#)
- [utilizar distintos métodos de comunicación](#)
- [gestionar la rentabilidad](#)
- [utilizar programas informáticos de gestión de contenidos](#)
- [estudiar a los usuarios de los sitios web](#)
- [aplicar marketing en redes sociales](#)
- [crear presupuesto anual de marketing](#)
- [analizar las tendencias en los hábitos de consumo](#)
- [definir objetivos comerciales cuantificables](#)
- [supervisar indicadores clave de rendimiento](#)
- [coordinar actividades de planificación comercial](#)

- [analizar factores internos de empresas](#)
- [planificar una campaña de publicidad](#)
- [transmitir planes de negocios a colaboradores](#)
- [integrar estrategias de marketing en la estrategia global](#)
- [colaborar en la elaboración de estrategias de marketing](#)
- [proporcionar contenido escrito](#)
- [desarrollar una red profesional](#)
- [analizar los cuestionarios de servicio al cliente](#)
- [analizar los factores externos a una empresa](#)
- [crear títulos de contenido](#)
- [identificar mercados potenciales para empresas](#)
- [alinear todos los esfuerzos encaminados al desarrollo de la empresa](#)
- [moderar un foro](#)
- [dar seguimiento a las solicitudes de los usuarios en línea](#)
- [realizar estudios de mercado](#)
- [analizar informes escritos relacionados con el trabajo](#)

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS OPTATIVAS

TRANSECTORIAL

- [gestionar el calendario de tareas](#)
- [elaborar material de comunicación inclusivo](#)
- [gestionar metadatos de contenido](#)

- [realizar la optimización de los motores de búsqueda](#)
- [utilizar software de organización personal](#)

ESPECÍFICAS DEL SECTOR

- [identificar las necesidades de los usuarios de las TIC](#)

CONOCIMIENTOS ESENCIALES

TRANSECTORIALES

- [análisis web](#)
- [estrategia de precios](#)
- [estudios de mercado](#)
- [técnicas de marketing de una marca](#)

- [estrategia de marketing de contenidos](#)
- [combinación de mercadotecnia](#)
- [software creador](#)
- [principios de la comercialización](#)

ESPECÍFICOS DEL SECTOR

- [técnicas de moderación en línea](#)
- [precio del mercado](#)

- [responsabilidad social de las empresas](#)

CONOCIMIENTOS OPTATIVOS

TRANSECTORIAL

- [inteligencia empresarial](#)
- [ciencias del comportamiento](#)

- [procesos de desarrollo de contenido](#)

ESPECÍFICOS DEL SECTOR

- [confidencialidad de la información](#)

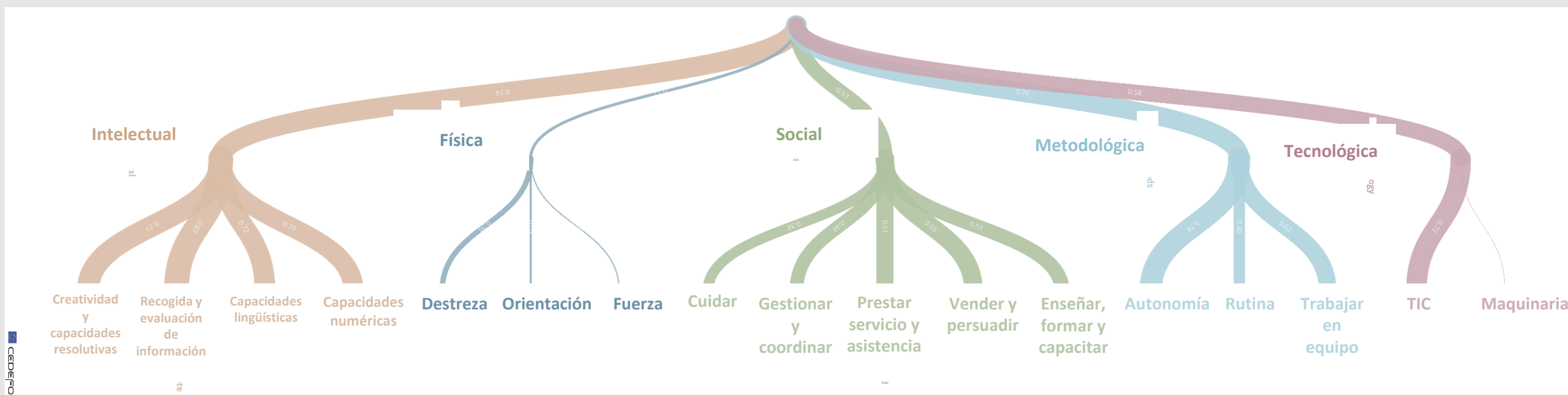
HABILIDADES TRANSVERSALES

Fuente: [Tasks within occupations](https://tasks.withinoccupations.com/) | CEDEFOP (europa.eu)

Las habilidades transversales en este indicador son valoradas en una escala del 0 al 1 para cada grupo ocupacional en función de su importancia

Para el grupo de **“Especialistas en organización de la administración pública y de empresas”**, al que pertenecen las gestoras y los gestores de redes sociales destacan todas las habilidades relacionadas con el **intelecto** y las **metodológicas**, siendo la autonomía y el trabajo en equipo las más necesarias para estos perfiles .

Además, en el ámbito **social** tienen una gran relevancia habilidades de venta y persuasión, así como de servicio y asistencia mientras que el manejo de las TIC es muy importante en el área **tecnológica**.



3. FORMACIÓN Y EXPERIENCIA PROFESIONAL



CUALIFICACIÓN

Dinamización de redes sociales y estrategia de contenidos digitales
 Gestión de la estrategia de marketing digital



FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA

Técnico Superior en Marketing y Publicidad



CERTIFICADO PROFESIONAL

Gestión de marketing y comunicación



FORMACIÓN UNIVERSITARIA

Grado en Dirección Comercial y Marketing
 Grado en Marketing y Comunicación Digital (Doble Grado)
 Grado en Publicidad y Marketing (Doble Grado)



OTRA FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Máster de especialización en redes sociales Herramientas de edición de contenidos digitales

PROFESIÓN REGULADA: NO

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

Fuente: SEPE, Perfiles de la oferta de empleo

FORMACIÓN

- En el 69% de las ofertas con nivel formativo requerido exigen al candidato estar en posesión de un título universitario, el 12% de bachiller y el 7% de formación profesional con especializaciones concretas. Las titulaciones más demandadas en las ofertas de empleo de este grupo ocupacional son: Ciencias económicas y empresariales, Administración y dirección de empresas, Ciencias de la Información, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad, Relaciones Públicas, Marketing y publicidad, Estadística y Sociología. También hacen referencia a la valoración y/o exigencia de formación complementaria, como máster y estudios de postgrado en las materias anteriormente detalladas.
- El conocimiento de idiomas es un requisito muy importante de estos profesionales, aparece en el 51% de las ofertas analizadas. En el 98% de las ofertas con requerimiento de idioma, el inglés es el exigido, además con alto nivel. El francés en el 22%, y el resto (alemán, italiano, etc.) en menor medida.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

En el 74% de las ofertas analizadas se especifica expresamente la necesidad a los candidatos de poseer experiencia previa, bien genérica o específica en función de la orientación concreta que tenga el puesto ofertado.

4. CONDICIONES DE TRABAJO

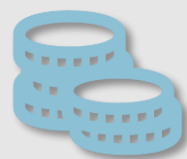


JORNADA LABORAL

86 % tiempo completo y 14 % tiempo parcial

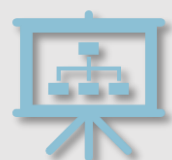
De las ofertas que exponen las condiciones laborales sobre jornada, la mayoría ofrece trabajo a tiempo completo. En cuanto a la distribución de la jornada predominan la jornada partida y la disponibilidad horaria

Fuente: SEPE, Perfiles de la oferta de empleo



RETRIBUCIÓN*

El salario base de un gestor de medios sociales ronda los 18.960,20€ anuales según el Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad (tabla salarial 2016)



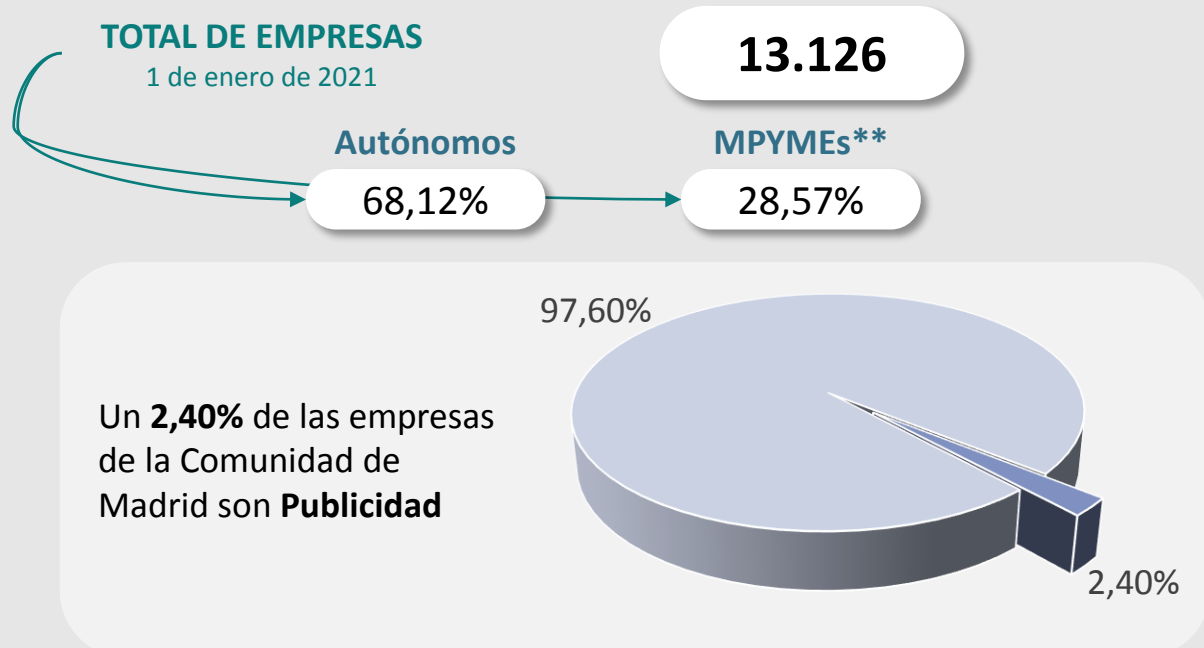
UBICACIÓN ORGANIZATIVA

Es muy frecuente trabajar como "freelance", aunque también pueden ser asalariadas y asalariados para empresas privadas o públicas

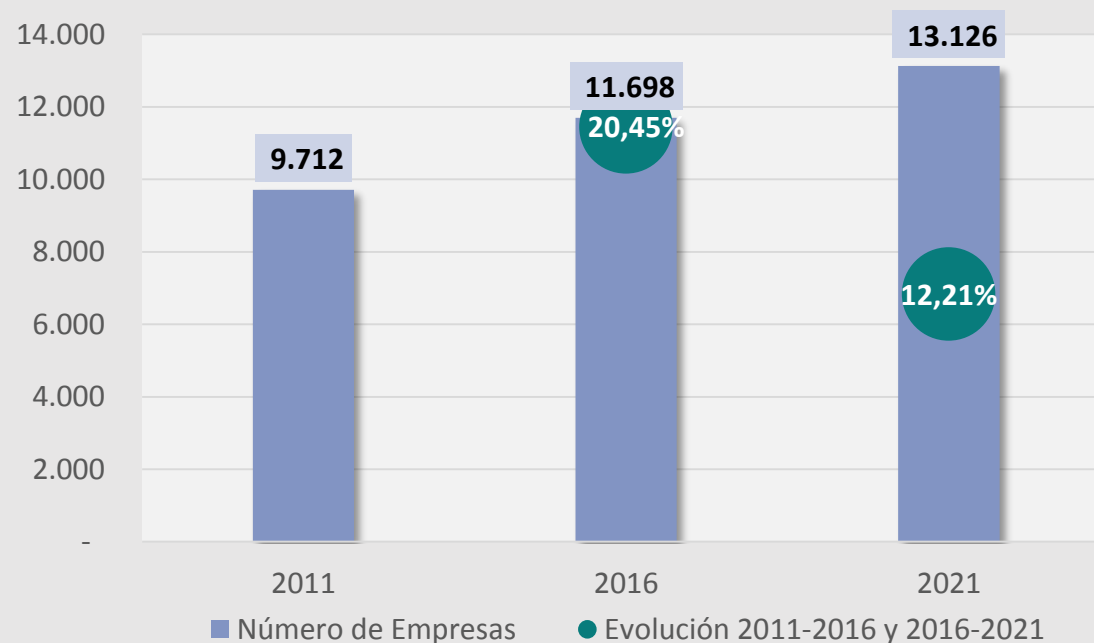
5. CONTEXTO

TEJIDO EMPRESARIAL

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Directorio Central de Empresas, 1 de enero de 2021
[INEbase / Economía / Empresas / Explotación estadística del directorio central de empresas. DIRCE / Últimos datos](#)



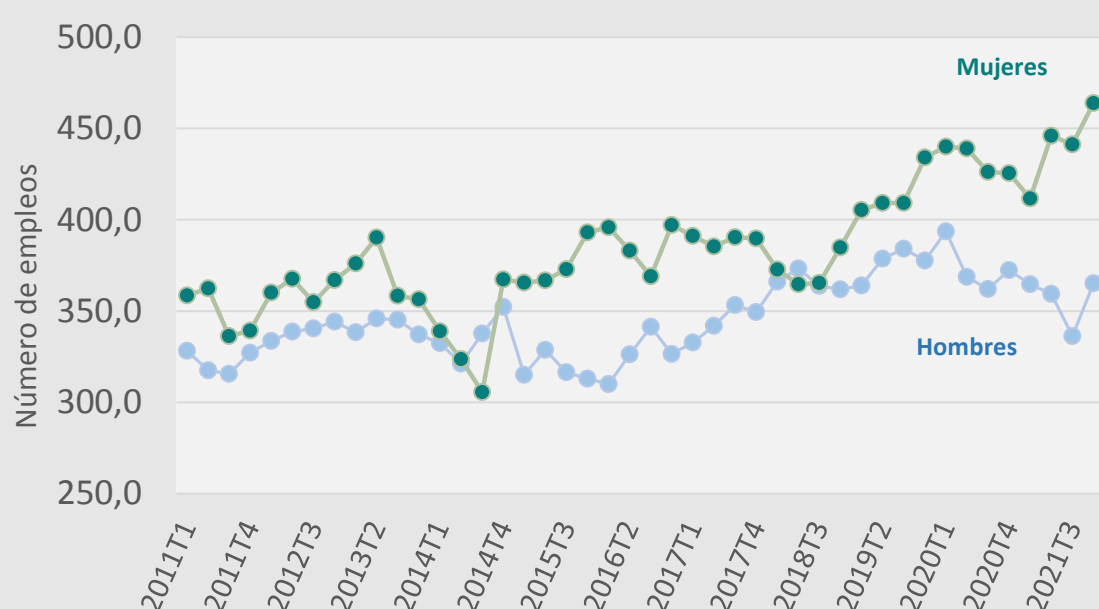
Evolución de número de empresas (C. Madrid, 2011-2021)
CNAE 731 Publicidad, 1 de enero de 2021



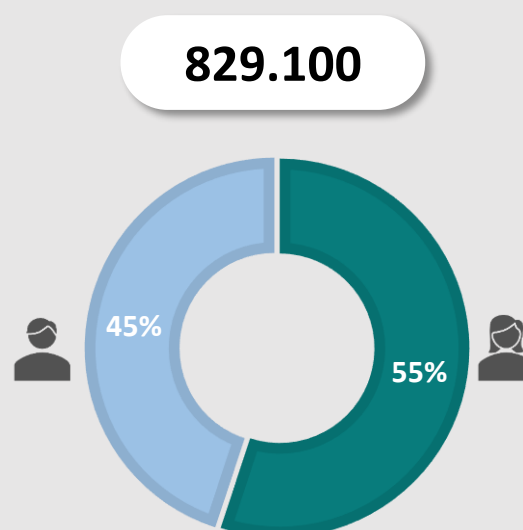
MERCADO DE TRABAJO

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Encuesta de Población Activa (2011-2021)
[INEbase / Mercado laboral / Actividad, ocupación y paro / Encuesta de población activa / Últimos datos](#)

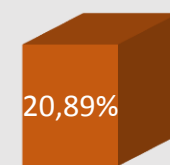
Evolución del número de empleos (C. Madrid, T12011-T42021);
Grupo ocupacional 2 Técnicos y profesionales científicos e intelectuales



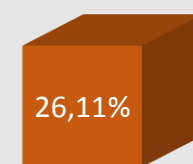
TOTAL DE EMPLEOS
en el cuarto trimestre de 2021



% que representa la CM en el total del grupo ocupacional en España



% que representa el grupo ocupacional sobre el total del empleo en la CM



Los **datos actualizados** sobre demandantes de empleo, paro y contratación se pueden consultar **pinchando en el siguiente botón:**



* Las cifras de retribución hacen referencia al salario bruto
 ** MPYMEs o Micropymes, son pequeñas empresas de menos de 10 empleos.

PERSPECTIVAS DE FUTURO

TENDENCIAS DE FUTURO DEL SECTOR

- 1 Aumento de las campañas interactivas que involucren a usuarios y consumidores
- 2 Nuevos recursos por el avance digital y tecnológico
- 3 Globalización vs. Km0 en las preferencias de los consumidores

PRINCIPALES CAMBIOS Y TECNOLOGÍAS

FACTORES DE CAMBIO

Digitalización: cambio tecnológico y comercio electrónico

Nuevos modelos de comunicación y de compra

Cambios en las preferencias de consumo

CONSECUENCIAS

Aumento de las interacciones con los clientes

Comunicación multicanal, aumento de los contenidos

Creatividad, innovación y flexibilidad ante tendencias de rápido cambio

Inteligencia prospectiva

Se puede esperar un crecimiento en puestos de trabajo vinculados a la gestión de redes sociales, tanto para realizar tareas de elaboración de contenidos adaptados a cada plataforma como para el análisis de información proveniente de redes sociales, las interacciones e impactos que se obtienen para su aplicación en campañas de marketing digital.

Las redes sociales son uno de los principales medios de comunicación y compra actuales, especialmente entre la población joven que valora además la interacción tanto con las marcas como con las personas. Ante un crecimiento del contenido y del uso, y los rápidos cambios en las tendencias, se requiere para estos profesionales de una gran flexibilidad y creatividad en el modo de trabajar.

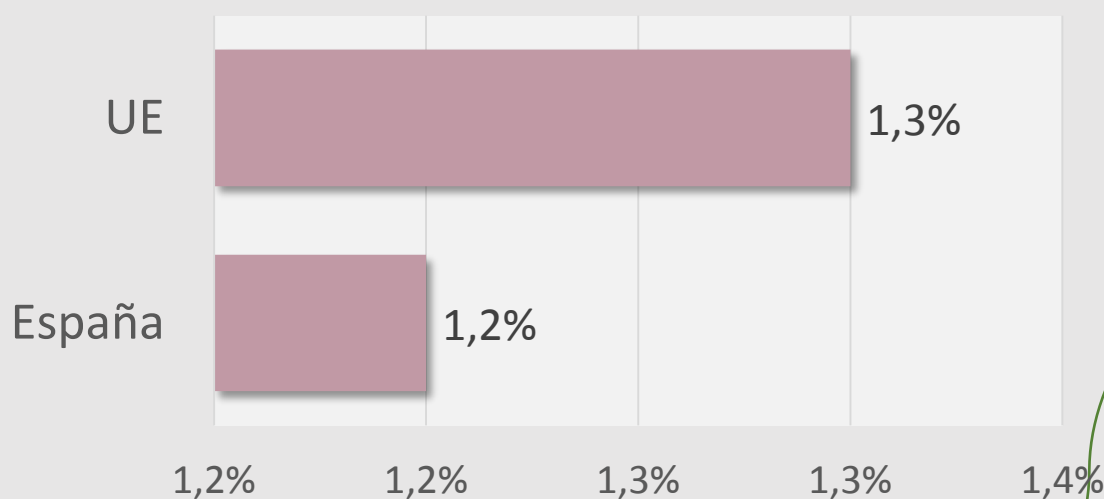
HERRAMIENTAS Y TECNOLOGÍAS

- **Competencias ofimáticas avanzadas:** que permitan el uso de los diferentes software vinculados con el ecommerce, la gestión de páginas webs y redes sociales y la extracción de información sobre interacciones, posicionamiento o perfil de las personas usuarias y consumidoras.
- **Redes sociales e internet:** alto conocimiento en su uso con fines comerciales.
- **Uso de software de diseño:** de diseño gráfico, edición de fotos y vídeos, para la creación de contenidos y otros recursos.

PERSPECTIVAS EN EL EMPLEO

Fuente: [J de pronóstico de habilidades CEDEFOP \(europa.eu\)](#)

Crecimiento del empleo (% tasa anual)



Variación absoluta esperada del empleo en España

+54.587

Nivel de cualificación de los nuevos empleos esperados

ALTO

51.934

MEDIO

2.653

BAJO

0

- **Ocupación:** Profesionales en organización de la administración pública y de empresas
- **País:** España
- **Periodo:** 2021-2030





Según las proyecciones a 2030 de CEDEFOP, el grupo ocupacional **“Especialistas en organización de la administración pública y de empresas”** crecerá en Europa por encima del crecimiento que tendrá en España, siendo el sector de la administración pública y defensa en el que se concentrará la mayor parte del empleo.

Dados los requerimientos de formación de estos profesionales, los nuevos puestos contarán principalmente con una alta cualificación.

Realizando a partir de los datos disponibles* una estimación del crecimiento del empleo en Madrid, en el año 2030 habrá unos 11.402 profesionales más que en 2021.

6. IDENTIFICACIÓN DE LA OCUPACIÓN

CARACTERIZACIÓN

OCUPACIÓN SISPE

Gestores de redes sociales

CÓDIGO SISPE

26511085

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y Marketing

ÁREAS

• Marketing y relaciones públicas

CNAE

731 Publicidad

OCUPACIONES SISPE AFINES

26511012 Asesores de imagen
26511021 Redactores de publicidad
26511030 Técnicos en estudios de mercado y opinión pública (marketing)
26511049 Técnicos en publicidad y/o relaciones públicas

26511058 Técnicos medios en investigación de mercados
26511067 Técnicos medios en publicidad y/o relaciones públicas
26511076 Técnicos superiores en investigación de mercados

EQUIVALENCIAS EN OTRAS CLASIFICACIONES

CNO-11

2651 – Profesionales de la publicidad y la comercialización

CIOU-08

2431 – Profesionales de la publicidad y la comercialización

GRUPO OCUPACIONAL

2 - Técnicos y profesionales científicos e intelectuales

ESCO

[24325 - gestor de la información para las redes sociales/gestora de la información para las redes sociales](#)