

## 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](#)

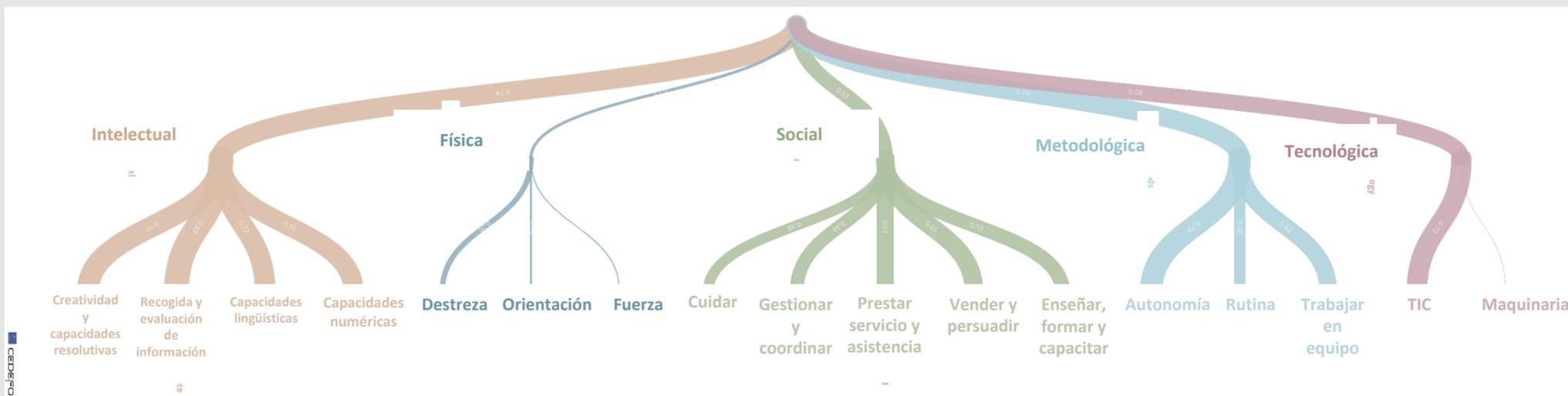
## HABILIDADES TRANSVERSALES

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)



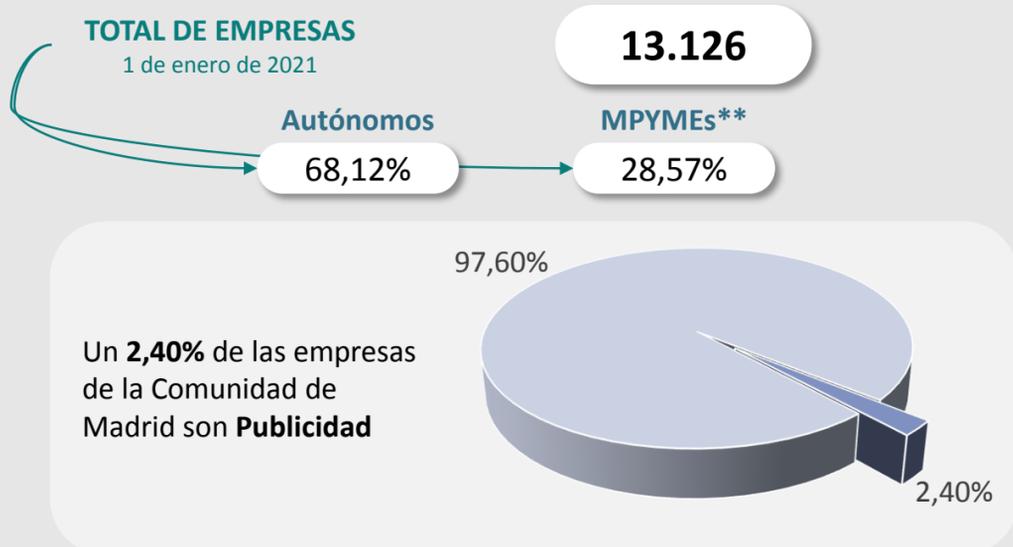
### UBICACIÓN ORGANIZATIVA

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

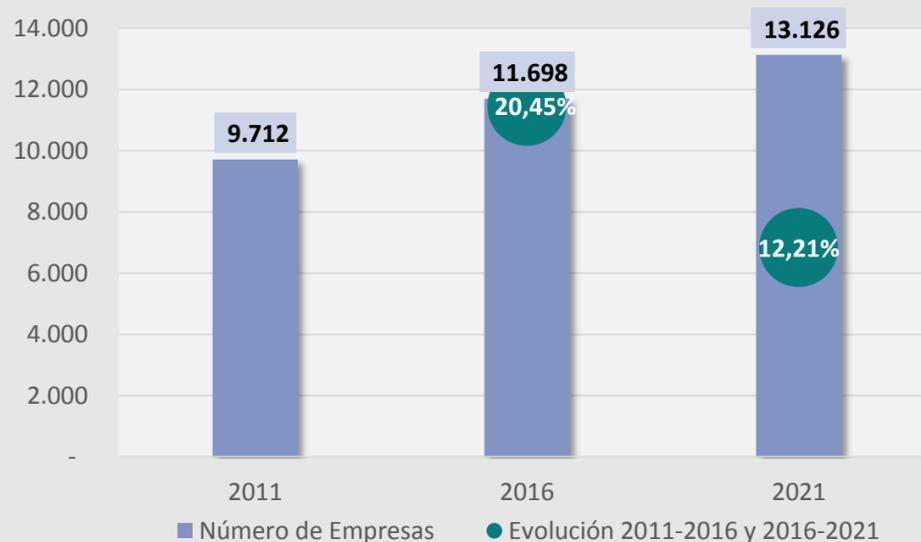
## 5. CONTEXTO

### 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](#)



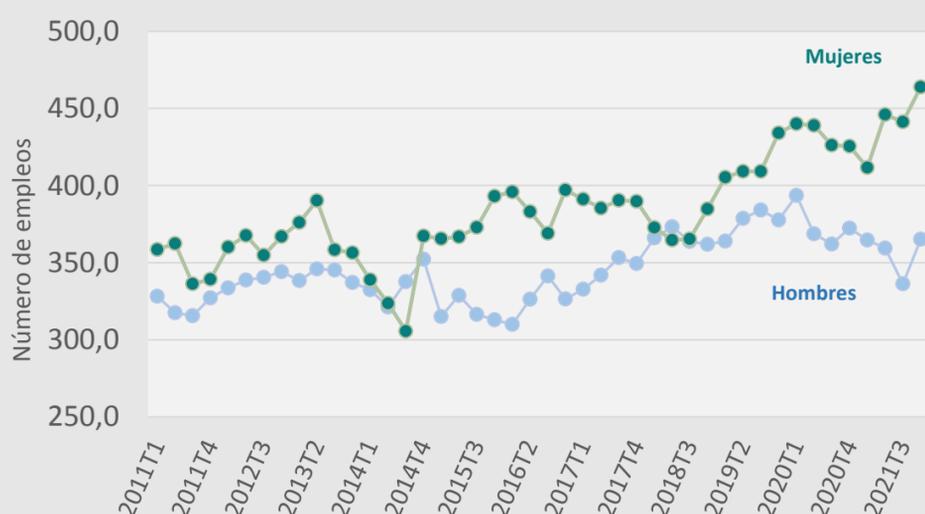
Evolución de número de empresas (C. Madrid, 2011-2021)  
**CNAE 731 Publicidad, 1 de enero de 2021**



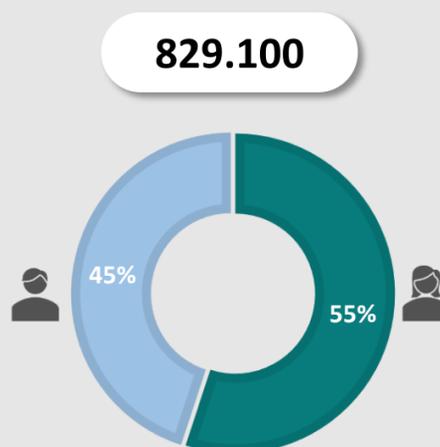
### MERCADO DE TRABAJO

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

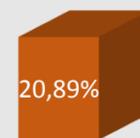
Evolución del número de empleos (C. Madrid, T12011-T42021);  
**Grupo ocupacional 2 Técnicos y profesionales científicos e intelectuales**



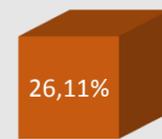
**TOTAL DE EMPLEOS**  
 en el cuarto trimestre de 2021



% 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.

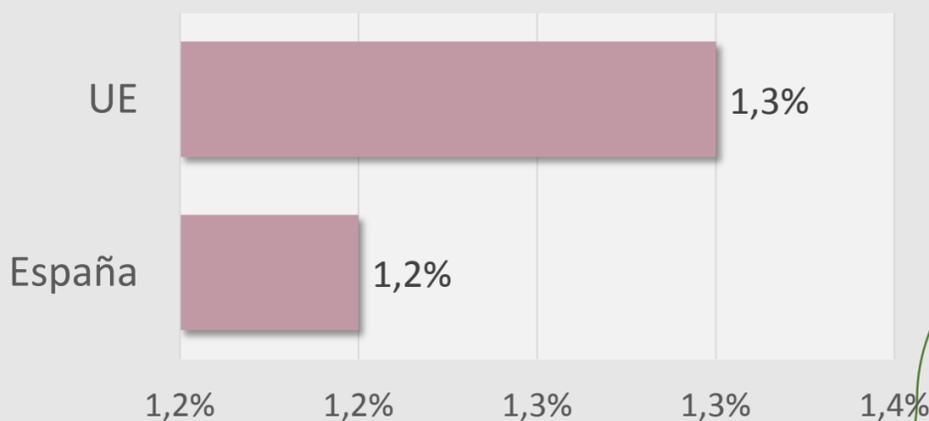
### HERRAMIENTAS Y TECNOLOGÍAS

- **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](#)