

TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2019

Las nuevas profesiones tecnológicas y disruptivas

INESDI DIGITAL BUSINESS SCHOOL
7º ESTUDIO

Con la colaboración de:



#ProfDigitales2019



inesdi
Digital Business School

TOP 25 **PROFESIONES** **DIGITALES 2019**

Las nuevas profesiones tecnológicas y disruptivas



INESDI DIGITAL BUSINESS SCHOOL
7º ESTUDIO

ESTUDIO INESDI
TOP 25 PROFESIONES DIGITALES 2019
7ª edición. Marzo 2019



LICENSE CREATIVE COMMONS: **CC BY NC ND**
Está permitida la descarga y distribución libre bajo atribución.
No está permitido el uso comercial ni la modificación de la obra.

ÍNDICE

PRÓLOGO	P. 5
FICHA TÉCNICA	P. 7
METODOLOGÍA	P. 9
RESULTADOS	P. 15
ANÁLISIS POR ÁMBITO DIGITAL	P. 21
ANÁLISIS GEOGRÁFICO	P. 33
ANÁLISIS SECTORIAL	P. 37
DEFINICIONES PROFESIONES DIGITALES	P. 39
DEFINICIONES PROFESIONES TECNOLÓGICAS	P. 65
SALARIOS MEDIOS	P. 75
COMPETENCIAS	P. 77
CONCLUSIONES	P. 81
TENDENCIAS	P. 85
ESTUDIOS REQUERIDOS SEGÚN PROFESIÓN DIGITAL	P. 95
AUTORES	P. 98

PRÓLOGO

A la hora de incorporar perfiles digitales a sus equipos, las empresas tienen dificultades para definir el rol que necesitan, las competencias y responsabilidades que han de tener estos profesionales y el rango salarial para el puesto.

Este estudio ofrece un [análisis de las 25 profesiones digitales más demandadas por las compañías](#) en el último año, detallando la misión de cada una de ellas dentro de la empresa, sus funciones, competencias y banda salarial. Además, incluye el [Top 10 Profesiones Tecnológicas](#). Aunque se describen no están incluidas en el estudio, que se ha centrado en las posiciones digitales.

El objetivo de este informe es ayudar a las [organizaciones](#) a [discernir](#) las distintas [profesiones digitales y tecnológicas](#) del momento e identificar el perfil idóneo para cada compañía, en función de sus necesidades y expectativas de crecimiento.

Además, este estudio pretende contribuir a la sociedad a clarificar los [perfiles profesionales existentes en el ámbito digital y tecnológico](#), dando a conocer la actividad que desarrollan, así como ser [un radar de las profesiones disruptivas del futuro que empiezan a aparecer en el presente](#).

453

OFERTAS
ANALIZADAS

269

EMPRESAS
ESTUDIADAS

25

PROFESIONES
DIGITALES

9

ÁMBITOS
DIGITALES

10

PROFESIONES
TECNOLÓGICAS

FICHA TÉCNICA

MUESTRA

Este estudio se ha realizado a partir las ofertas laborales digitales publicadas durante 2018 en la bolsa de empleo de Inesdi Digital Business School y las posiciones gestionadas por Indigital Advantage, empresa de headhunting y selección de directivos y profesionales digitales.

ÁMBITO

Las ofertas laborales identificadas se ubican principalmente en las provincias de Madrid y Barcelona, y han sido categorizadas de acuerdo con las posiciones digitales descritas en el estudio.

NOMENCLATURA DE PROFESIONES

Cada oferta laboral ha sido analizada individualmente y clasificada en alguna de las profesiones digitales que se recogen en este estudio.

Para la denominación de las profesiones se han seguido normas de nomenclatura comunes, que permiten extrapolar cada puesto de trabajo al ámbito nacional e internacional.

Las profesiones han sido definidas por un equipo técnico compuesto por personal docente y de investigación de Inesdi Digital Business School.

METODOLOGÍA

Ámbitos Digitales

En este estudio se han analizado 453 ofertas, que han sido clasificadas en 9 grandes ámbitos digitales:

1. Estrategia Digital
2. Marketing Digital
3. Comunicación Digital & Social Media
4. Big Data & Business Analytics
5. Tecnocreatividad
6. Customer Experience
7. Digital Business & E-commerce
8. Recursos Humanos & Employee Experience
9. Tech & Business Innovation

En el estudio de este año se presentan dos nuevos ámbitos:

Tecnocreatividad y **Customer Experience**. En el primero de ellos se ubican aquellas posiciones que aprovechan la tecnología y la aplican de forma creativa. Por su parte, Customer Experience aglutina los perfiles que guardan relación con la optimización de la experiencia de cliente.

Para dar respuesta y reflejar la evolución del mercado, en esta edición y por vez primera, se aunan los ámbitos de **Comunicación Digital & Social Media**. Por otra parte, con el objetivo de agrupar las posiciones orientadas a la actividad comercial, se han

aunado los ámbitos de E-commerce y Digital Sales, pasando a conformar **Digital Business & E-commerce**. Asimismo, el ámbito de Ciberseguridad se incorpora en **Tech & Business Innovation**, de manera que incluya todos aquellos perfiles que guardan una estrecha relación con la innovación y la tecnología.

PROFESIONES DIGITALES

	ÁMBITO Y PUESTO	DESCRIPCIÓN	AÑO*
--	-----------------	-------------	------

ESTRATEGIA DIGITAL

1	CDO & Digital Director	Director de Estrategia y Transformación Digital	2014
2	CDO & IT Director	Director de Transformación Digital y Tecnología	2019

MARKETING DIGITAL

3	Digital Marketing Manager	Responsable de Marketing Digital	2014
4	Inbound Marketing Specialist	Experto en Inbound Marketing	2015
5	SEM & SEO Specialist	Experto en SEM y SEO	2015
6	SEO Specialist	Experto en SEO	2014
7	RTB & Traffic Manager	Responsable de conversión, captación programática y tráfico web	2016
8	Growth Hacker	Experto en desarrollos virales	2018

COMUNICACIÓN DIGITAL & SOCIAL MEDIA

9	Digital Communication Manager	Responsable de Comunicación Digital	2018
10	Transmedia & Branded Content Specialist	Experto en contenido digital de marca	2015
11	Content Manager	Responsable de contenido digital	2014
12	Social Media Manager	Responsable de la estrategia de medios sociales	2014

**Año de registro de la primera oferta laboral vinculada al puesto en la bolsa de empleo de Inesdi o en bolsas de empleo de terceros.*

	ÁMBITO Y PUESTO	DESCRIPCIÓN	AÑO*
13	Community Manager	Responsable de gestión de comunidades y redes sociales	2014

BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

14	Digital Analyst	Analista Digital	2014
15	Big Data & AI Analyst	Analista de Big Data e Inteligencia Artificial	2015
16	Customer Intelligence & CRM Analyst	Analista de inteligencia de Clientes y CRM	2014

TECNOCREATIVIDAD

17	Digital Designer	Diseñador digital	2018
----	------------------	-------------------	------

CUSTOMER EXPERIENCE

18	UI/UX Designer	Diseñador de interfaces y experiencia de usuario	2017
19	Customer Experience Manager	Responsable de Experiencia del Cliente	2019

DIGITAL BUSINESS & E-COMMERCE

20	Digital Business Manager	Director de negocio digital	2019
21	E-commerce Manager	Responsable de e-commerce	2014
22	Digital Account Manager	Responsable de cuentas digitales	2017

RECURSOS HUMANOS & EMPLOYEE EXPERIENCE

23	Digital HR Manager	Responsable de RR.HH. Digital	2016
----	--------------------	-------------------------------	------

TECH & BUSINESS INNOVATION

24	Chief Information Security Officer (CISO)	Director de Seguridad de la Información	2017
25	AI Bots Manager	Experto en soluciones de IA para bots	2019

**Año de registro de la primera oferta laboral vinculada al puesto en la bolsa de empleo de Inesdi o en bolsas de empleo de terceros.*

Dentro de los ámbitos comentados se distribuyen los 25 perfiles digitales más solicitados por las empresas durante 2018.

Entre las principales novedades en el ranking, destaca la entrada del perfil del [CDO & IT Director](#), lo que pone de relieve que los Chief Digital Officers ya no solo se asocian a funciones de marketing sino también en torno a la tecnología. Entran también en el Top 25 las dos posiciones incluidas en el nuevo ámbito de Customer Experience, el [UI/UX Designer](#) y [Customer Experience Manager](#). Junto a estas, irrumpe el perfil del [Digital Business Manager](#) y el [AI Bots Manager](#), uno de los más disruptivos del ranking.

Otros de los aspectos a señalar es el crecimiento en la demanda de las [posiciones relacionadas con la gestión de datos](#), así como del perfil del [SEO Specialist](#), el [Digital Designer](#) y el [Digital Business Manager](#), orientado al desarrollo de negocio digital.

Y, aunque fuera del Top 25 –se ha quedado en el puesto 26–, cabe señalar otro de los perfiles disruptivos registrados durante el último año, el del [Blockchain Manager](#).

PROFESIONES TECNOLÓGICAS

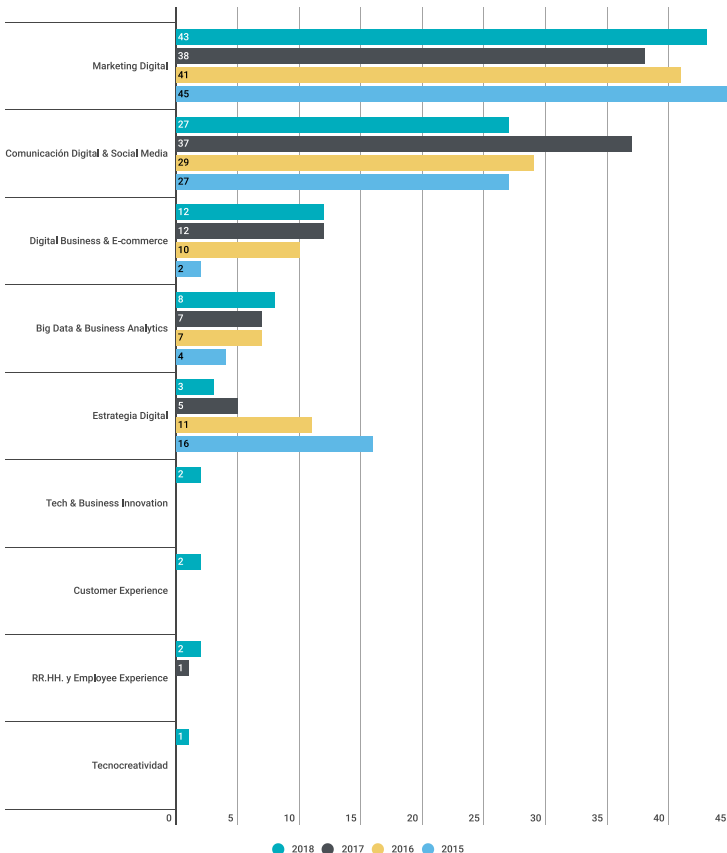
ÁMBITO Y PUESTO		DESCRIPCIÓN	AÑO*
TECH DEVELOPMENT			
1	Apps Developer	Desarrollador de apps	2017
2	Blockchain Developer	Desarrollador de blockchain	2019
3	Backend Developer	Desarrollador backend	2017
4	3D Modeler and Animator	Modelador y animador 3D	2017
5	Web Developer	Desarrollador web	2017
6	SAP Consultant	Consultor experto en SAP	2018
7	CRM Developer	Desarrollador plataforma CRM	2018
8	AI Chief Scientist	Desarrollador de Inteligencia Artificial	2018
9	Project Manager	Manager de proyectos tecnológicos	2018
10	Cloud Architect	Arquitecto en la nube	2019

**Año de registro de la primera oferta laboral vinculada al puesto en la bolsa de empleo de Inesdi o en bolsas de empleo de terceros.*

RESULTADOS

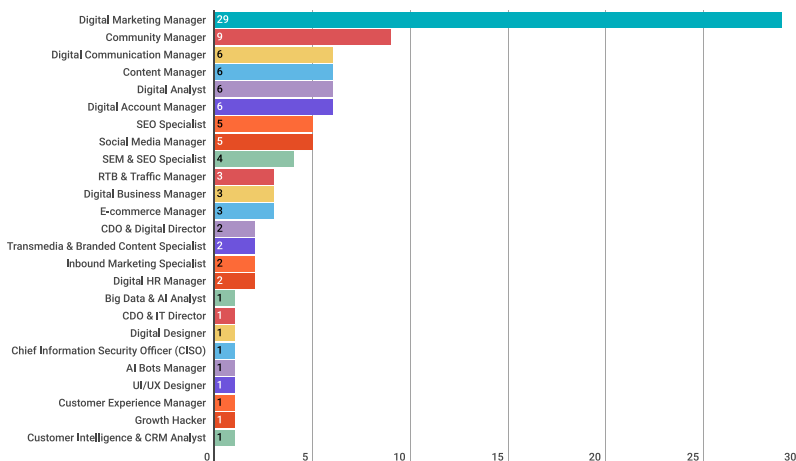
Ámbitos Digitales

El 43% de las ofertas gestionadas durante 2018 corresponde al ámbito del **Marketing Digital**, mientras que –a pesar del descenso en la media con respecto a años anteriores– se observa un segundo puesto consolidado en la suma de **Comunicación Digital & Social Media**, con un 27%. Se mantiene en tercer lugar el ámbito de **Digital Business & E-commerce**.



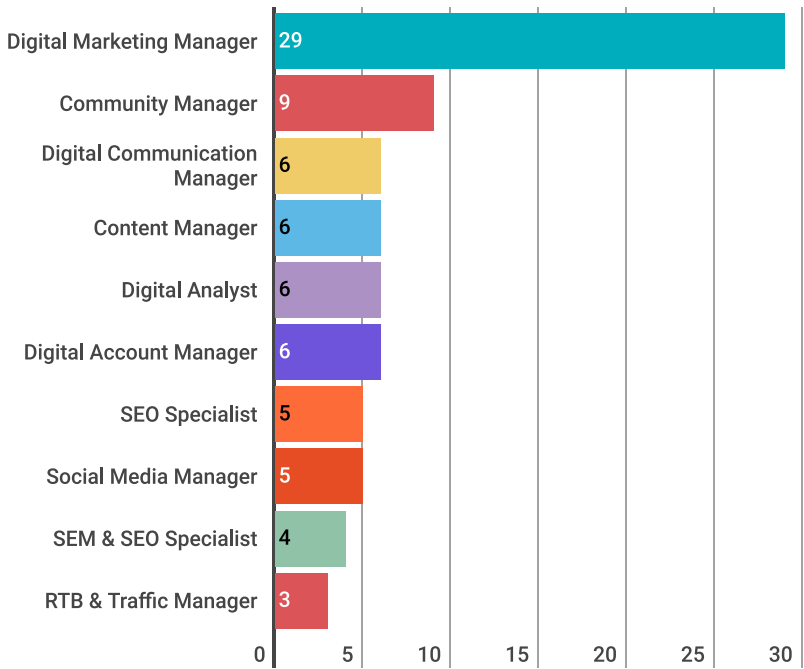
Profesiones Digitales

Un año más, el **Digital Marketing Manager** se mantiene como perfil más solicitado, seguido del **Community Manager** –que no varía su posición respecto al estudio anterior– y el **Digital Communication Manager**, que escala desde la séptima a la tercera posición en esta edición.

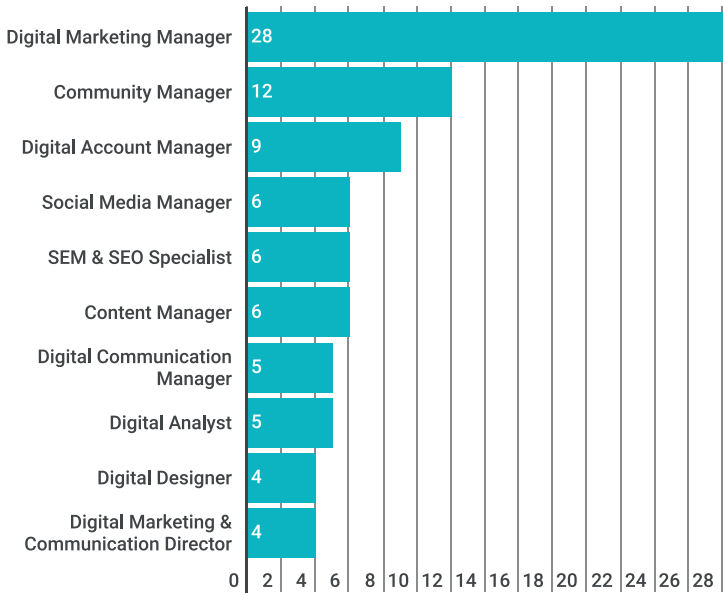


EVOLUCIÓN TOP 10 PROFESIONES DIGITALES

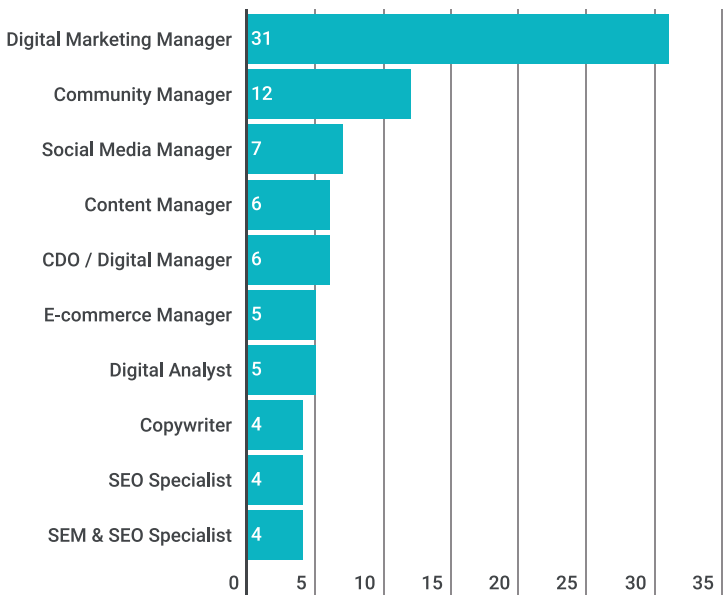
Estudio 2019



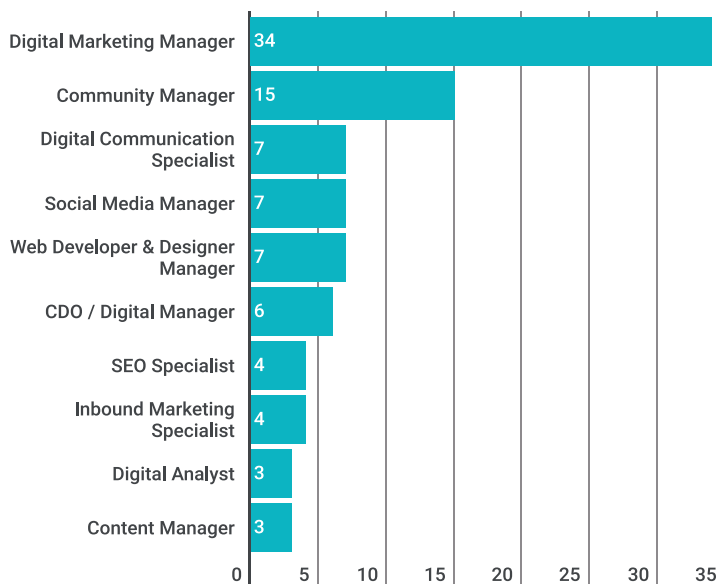
Estudio 2018



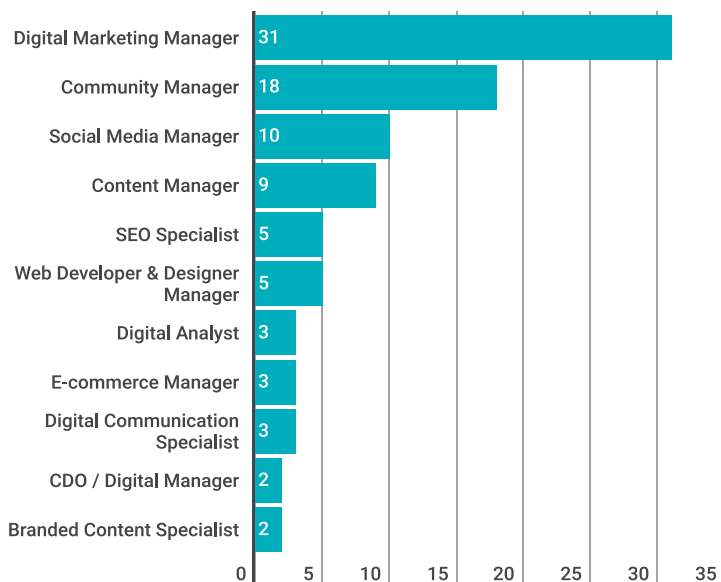
Estudio 2017



Estudio 2016



Estudio 2015

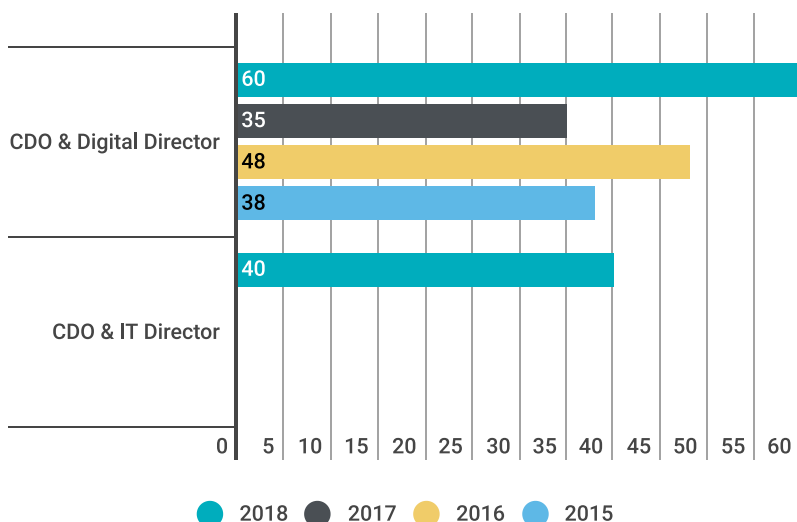


**El estudio de 2015 muestra 11 puestos porque los dos últimos tienen el mismo porcentaje.*

ANÁLISIS POR ÁMBITO DIGITAL

ESTRATEGIA DIGITAL

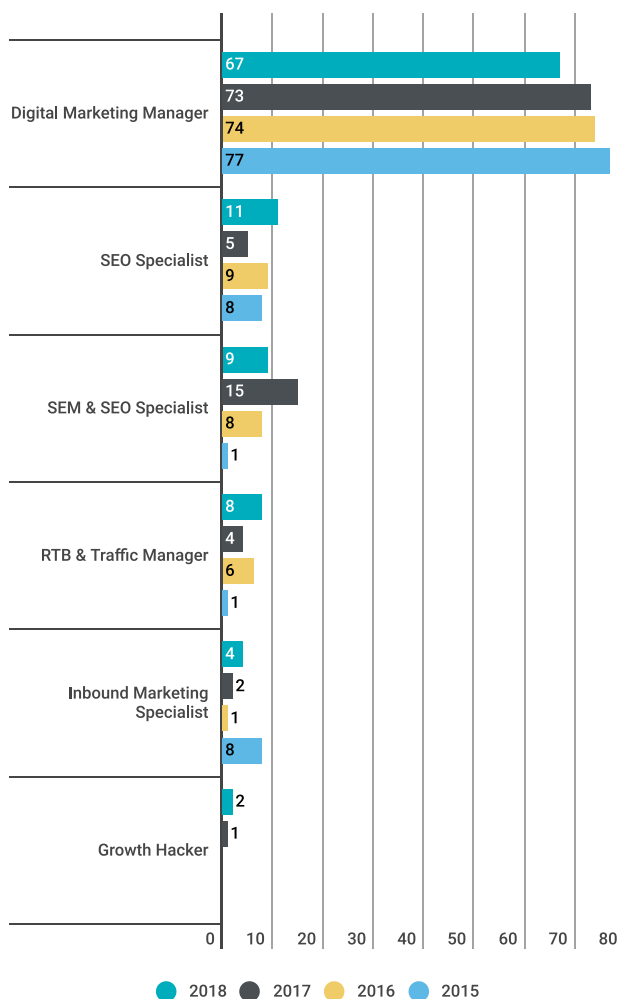
El perfil del CDO (Chief Digital Officer) comienza a ser relevante para las empresas: aumenta la demanda y, además, ya con un cierto grado de especialización y diferenciación de posiciones: mientras que el CDO & Digital Director se centra en las estrategias digitales, el CDO & IT Director lidera la integración de procesos y tecnología.



- Ámbito que recoge dos posiciones, el CDO & Digital Director y el CDO & IT Director, esta última de nueva entrada en el Top 25 tras desbancar al Digital Marketing & Communication Director.
- Es remarcable el incremento que experimenta la demanda del perfil del CDO & Digital Director, con un porcentaje que pasa del 35% al 60%, y la fuerza con que irrumpe el CDO & IT Director.

MARKETING DIGITAL

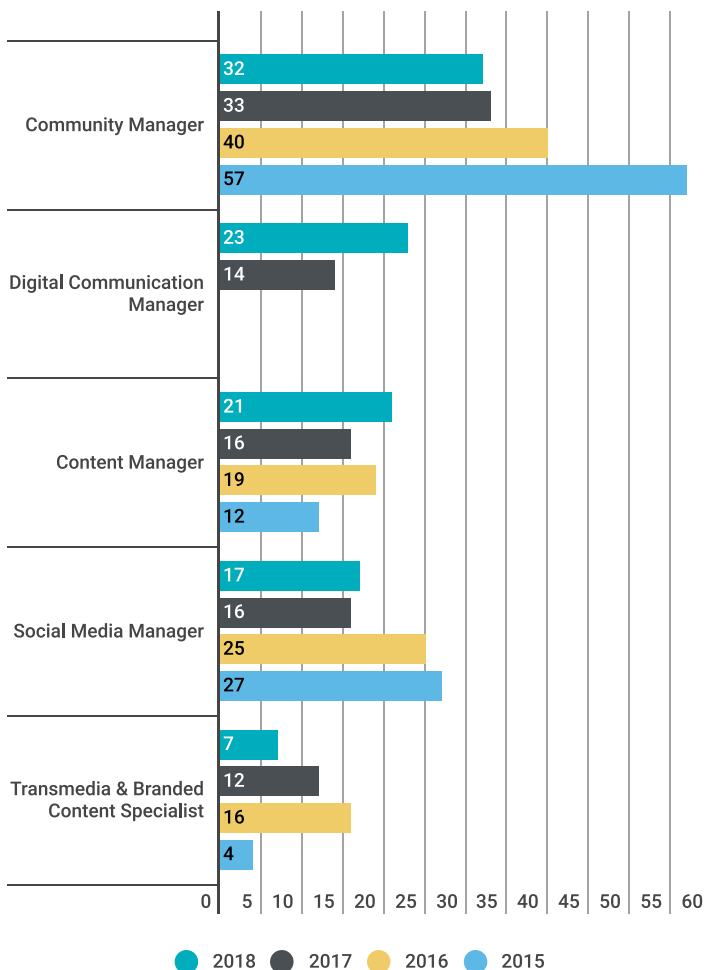
Aunque la posición del Digital Marketing Manager se mantiene como la más demandada, por cuarto año consecutivo la búsqueda de este perfil registra un leve descenso.



- Con respecto al año pasado, el Digital Marketing Manager registra una caída de 6 puntos.
- El SEO Specialist crece 6 puntos, misma cifra que pierde el SEO & SEM Specialist.
- Duplican su puntuación tres de las posiciones incluidas en este ámbito: RTB & Traffic Manager (de 4 a 8), Inbound Marketing Specialist (de 2 de 4) y Growth Hacker (de 1 a 2).

COMUNICACIÓN DIGITAL & SOCIAL MEDIA

La posición de Community Manager, a pesar del leve descenso registrado, ocupa el primer lugar con una clara ventaja respecto al resto de profesiones de este ámbito.

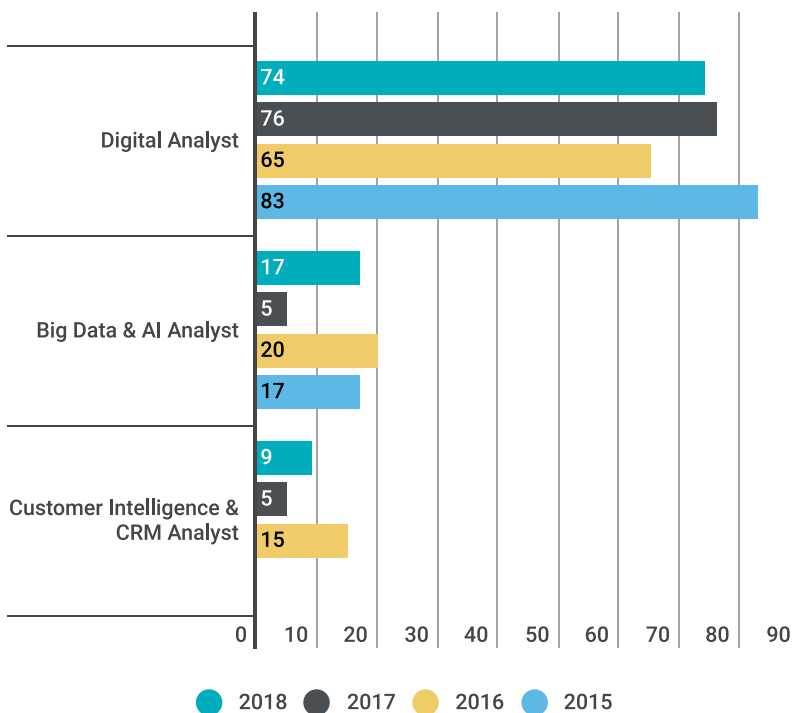


En 2018 sale de este ámbito el Digital Designer, que durante 2017 copó un 9% de las posiciones

- Pasan a formar parte de un solo ámbito los perfiles asociados a Comunicación Digital & Social Media, para agrupar todas las profesiones entorno a la generación, gestión y difusión de contenido.
- Con unos porcentajes similares, el Digital Communication Manager (23%) y el Content Manager (21%) ocupan la segunda y tercera posición, respectivamente.
- Respecto al informe anterior, el Digital Communication Manager registra una subida considerable, de 9 puntos. De igual manera, el Content Manager crece en 5 puntos. Esto puede ser el desencadenante del descenso de la demanda del perfil del Transmedia & Branded Content Specialist, en favor de otras posiciones relacionadas con la generación de contenido.

BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

La figura del Digital Analyst se mantiene como perfil más solicitado, con una diferencia sustancial frente al resto de posiciones de este ámbito.

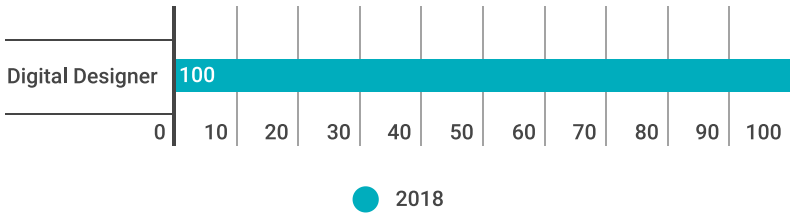


En 2018 sale de este ámbito el CRM Manager, que durante 2017 copó un 14% de las posiciones.

- Todas las posiciones asociadas a este ámbito registran una demanda en aumento con respecto al informe anterior.
- Aunque experimenta un descenso de dos puntos, sobresale la figura del Digital Analyst.

TECNOCREATIVIDAD

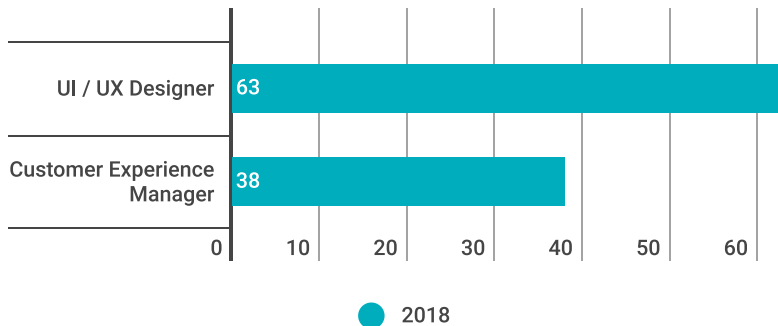
Surge como nuevo ámbito la Tecno creatividad, inicialmente con una única posición, la del Digital Designer.



- Se observa un cambio importante en esta posición, que pasa de un perfil más tradicional como “Diseñador Gráfico Digital” a nuevos perfiles que combinan la creatividad y el diseño en diferentes tecnologías, y que se ha denominado “Digital Designer”.

CUSTOMER EXPERIENCE

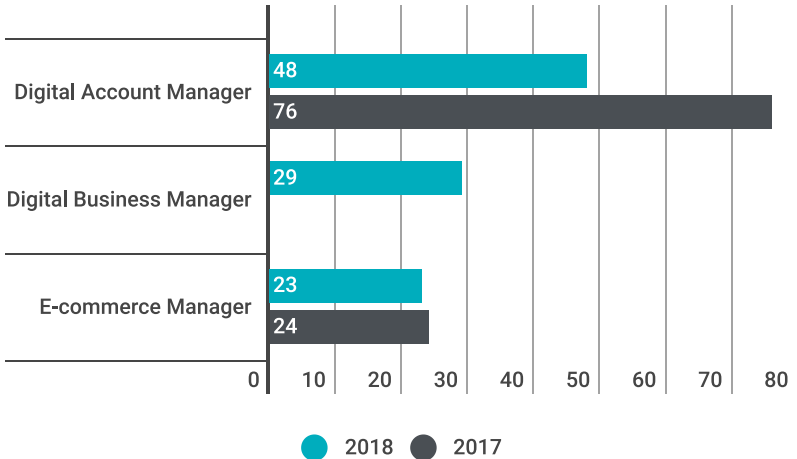
Nuevo ámbito que recoge aquellas posiciones relacionadas con la mejora de la experiencia de cliente; destaca la figura del UI / UX Designer.



- La relevancia del Diseño de Interfaces (UI) y la Experiencia de Usuario (UX) queda de manifiesto con el incremento experimentado en la demanda del perfil del UI / UX Designer.
- El Customer Experience Manager entra también en el Top 25 Profesiones Digitales y se consolida dentro de este ámbito.

DIGITAL BUSINESS & E-COMMERCE

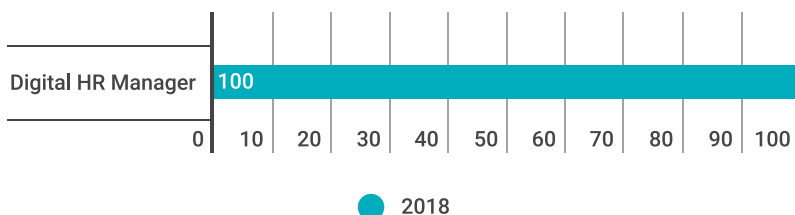
Ámbito en el que destacada la posición del Digital Account Manager, con un 48 % del total de solicitudes.



- Entra en el ranking una nueva profesión, el Digital Business Manager.
- El Digital Account Manager pierde cerca de 20 puntos en beneficio de Digital Business Manager.
- El E-commerce Manager se mantiene prácticamente con el mismo valor que en el informe anterior.

RECURSOS HUMANOS & EMPLOYEE EXPERIENCE

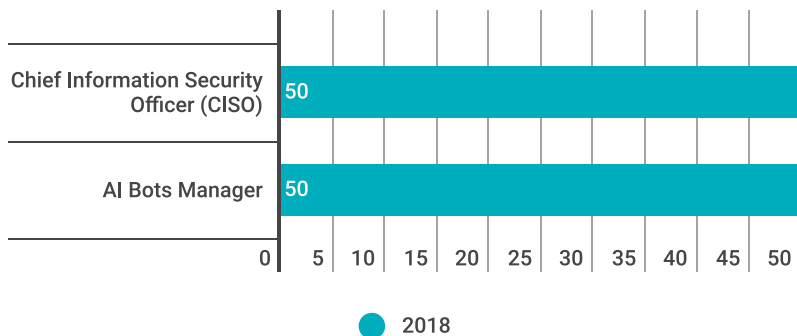
Aumenta la demanda del perfil del Digital HR Manager, que desbanca a las posiciones de Recursos Humanos con representación en estudios anteriores.



- A diferencia de años anteriores, durante 2018 la solicitud de perfiles digitales relacionados con el ámbito de los Recursos Humanos se ha centrado en perfiles más estratégicos por la necesidad de un rol que lidere la transformación digital desde el ámbito de la cultura y el talento así como por la necesidad de centrar las organizaciones hacia el cliente pero también hacia el empleado. La experiencia de empleado es clave en las organizaciones innovadoras del s. XXI.

TECH & BUSINESS INNOVATION

Nuevo ámbito que reúne las posiciones más vinculadas a la innovación y tecnología así como la seguridad en la red.

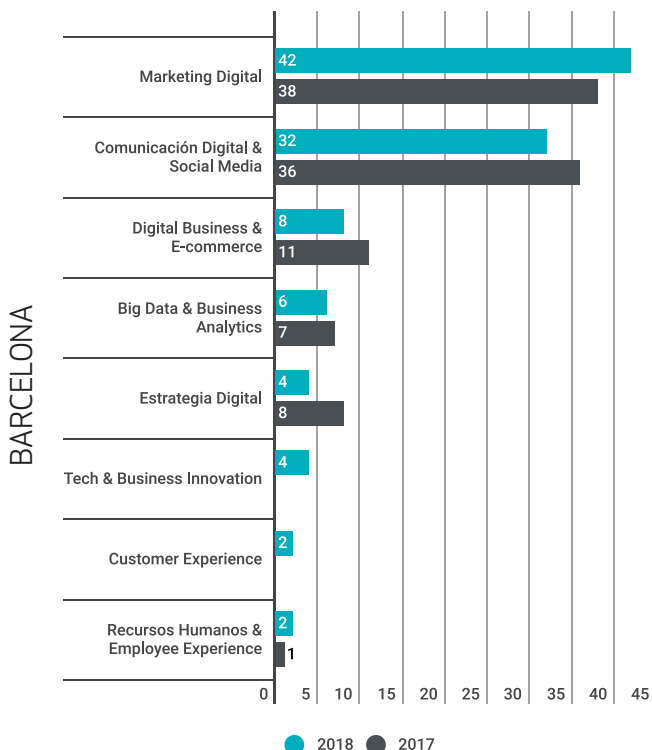


- Aumenta la presencia del Chief Information Security Officer (CISO).
- Entra en el Top 25 el perfil del AI Bots Manager. Entre las aplicaciones más destacadas de la inteligencia artificial, adicionalmente a las disciplinas robótica y data "machine & deep learning", está la aplicación a la automatización de los servicios de atención al cliente, tanto interno y externo, a través de bots.

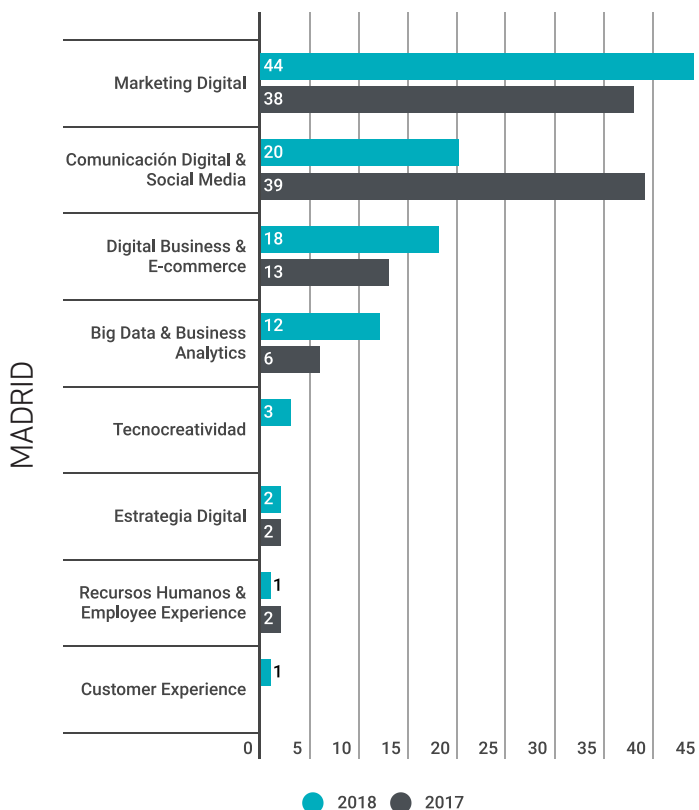
ANÁLISIS GEOGRÁFICO

En este punto se compara la solicitud de perfiles atendiendo al criterio geográfico. El 61% de las ofertas procede de Barcelona, mientras que Madrid registra un 36%. El 3% restante representa las solicitudes recibidas desde otros puntos de España.

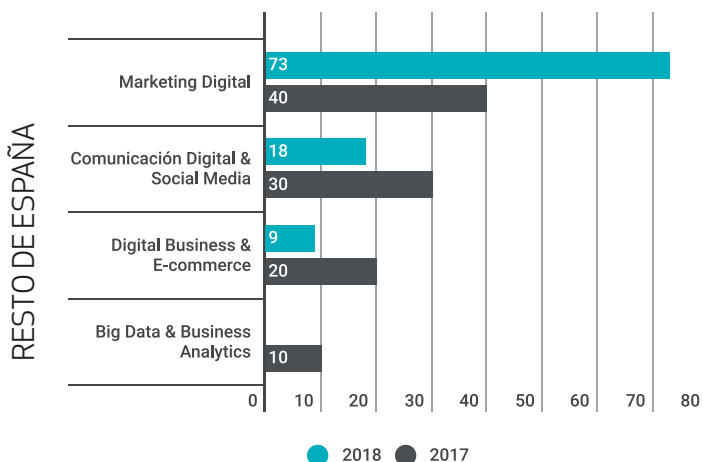
El Marketing Digital se mantiene como el ámbito que recoge un mayor número de solicitudes en todas las segmentaciones geográficas. Se observa un comportamiento similar en Barcelona y Madrid, aunque destaca una mayor demanda de perfiles asociados a la Comunicación Digital & Social Media en Barcelona.



- Se mantiene una distribución de solicitudes por ámbito similar al año anterior.
- Destaca en Barcelona la presencia de peticiones de perfiles asociadas al ámbito Tech & Business Innovation.
- Cobran relevancia los perfiles asociados a los ámbitos de Customer Experience y Recursos Humanos & Employee Experience.



- Descenso considerable de la demanda de perfiles asociados a la Comunicación Digital & Social Media, en favor de aquellos englobados en Digital Business & E-commerce y Big Data & Business Analytics.
- Aumenta la solicitud de perfiles en torno al ámbito de la Tecnocreatividad en Madrid.



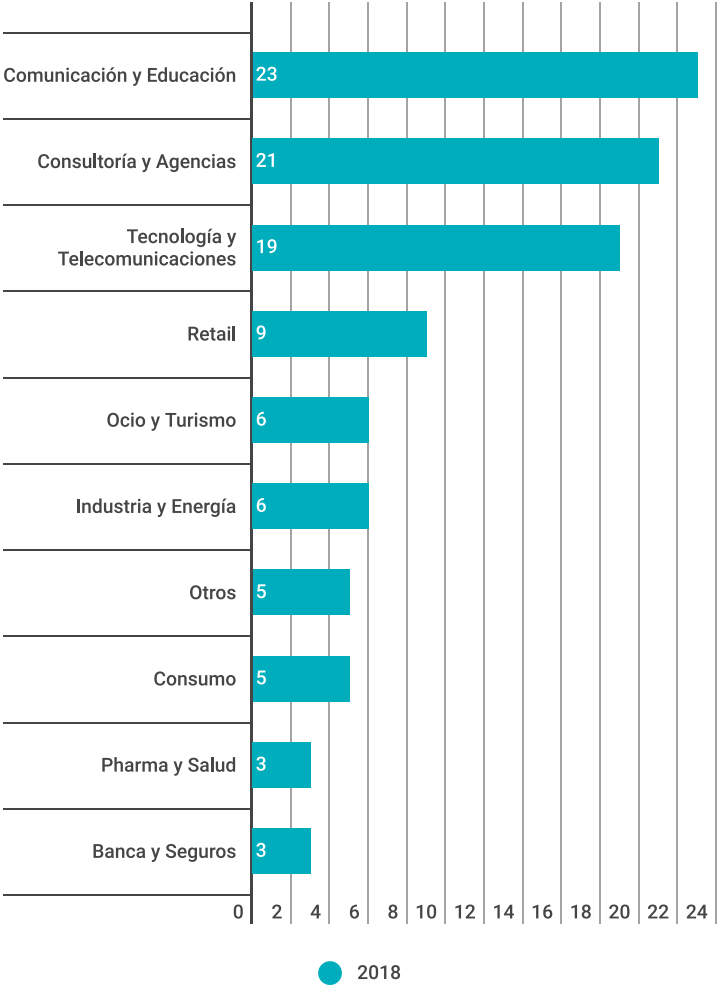
- El Marketing Digital se consolida como el ámbito con mayor demanda de profesionales, seguido de Comunicación Digital & Social Media, a pesar del descenso que registra.
- Las solicitudes restantes pertenecen en su totalidad en esta edición al ámbito del Digital Business & E-commerce.

ANÁLISIS SECTORIAL

Distribución según sector de actividad de las ofertas de empleo analizadas:

- Banca y Seguros
- Consultoría y Agencias
- Consumo
- Industria y Energía
- Comunicación y Educación
- Ocio y Turismo
- Retail
- Pharma y Salud
- Tecnología y Telecomunicaciones
- Otros

El siguiente gráfico nos permite conocer los porcentajes de los sectores en los que se están incorporando un mayor número de perfiles digitales, indicativo de qué sectores están tomando ventaja en los procesos de transformación digital.



DEFINICIONES PROFESIONES DIGITALES

Para todas las posiciones recogidas en este estudio es recomendable contar con un buen nivel de inglés, capacidades comunicativas, facilidad para el trabajo en entornos colaborativos, gusto por afrontar nuevos retos, contar con formación especializada o experiencia equivalente y capacidad para gestionar el aprendizaje continuo de manera autónoma.

De cada una de las profesiones definiremos:

MISIÓN

Objetivo principal

FUNCIONES

Tareas principales

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

Formación, experiencia
y capacidades requeridas

ESTRATEGIA DIGITAL

01

CDO / DIGITAL DIRECTOR

Director de la Estrategia y Transformación Digital.

MISIÓN

- Crear, definir e implantar la Estrategia Digital en la empresa, como resultado del proceso de transformación digital, con el fin de alcanzar los objetivos de negocio digital planificados.
- Mejorar la cultura de gestión del cambio junto al responsable de RR.HH. hacia una organización ágil innovadora.
- Impulsar la innovación tecnológica de la compañía junto al responsable de IT para desarrollar modelos de negocio disruptivos.

FUNCIONES

- Liderar los proyectos de transformación digital de la compañía.
- Apoyar los proyectos de gestión del cambio cultural y data driven.
- Supervisar el correcto funcionamiento y los plazos de entrega de todos los servicios y productos digitales.
- Liderar, formar y retener un equipo de profesionales dinámico y orientado a la disrupción y nuevas tecnologías.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de gestión de empresas (orientado a negocio), marketing (on y off) y tecnologías digitales y exponenciales.
- Experiencia en la creación, implantación y monitorización de planes de Estrategia Digital (identificación y seguimiento de KPI).
- Experiencia en metodologías ágiles y de innovación.
- Liderazgo directivo e inspirador, así como un perfil afín a la innovación y emprendimiento.

02

CDO & IT DIRECTOR

Director de Transformación Digital & Tecnología.

MISIÓN

- Crear, definir e implantar la Estrategia Tecnológica en la empresa, garantizando al mismo nivel la arquitectura, transacción y operación, la seguridad e innovación de negocio.
- Crear, definir e implantar la Estrategia Digital en la empresa, como resultado del proceso de transformación digital.
- Mejorar la cultura de gestión del cambio junto al responsable de RR.HH. hacia una organización ágil innovadora así como flexible, conectada, colaborativa, abierta y data driven.

FUNCIONES

- Liderar los proyectos de transformación digital y de Sistemas de Información de la compañía.
- Liderar la arquitectura tecnológica, de aplicaciones, big data, de seguridad y legal. Desarrollar el modelo cloud y data driven de la organización.
- Supervisar el correcto funcionamiento y los plazos de entrega de todos los servicios, productos y proyectos digitales.
- Liderar, formar y retener un equipo de profesionales dinámico y orientado a la disrupción y nuevas tecnologías.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de sistemas de información, tecnologías digitales y exponenciales, así como de conocimiento de negocio.
- Experiencia en la creación, planificación, implantación, gestión y monitorización de proyectos y planes de sistemas de información, tecnologías exponenciales y estrategia digital.
- Experiencia en gestión de servicios internos y orientación al cliente, así como en metodologías ágiles y de innovación.
- Conocimientos legales IT y de ciberseguridad.

MARKETING DIGITAL

03

DIGITAL MARKETING MANAGER

Responsable de Marketing Digital.

MISIÓN

- Creación, definición y ejecución del plan de marketing digital de la compañía; reporte de los principales indicadores clave de rendimiento del departamento de marketing y acciones transversales.

FUNCIONES

- Control de la estrategia global de marketing digital y asignación de presupuestos a las disciplinas asociadas (inbound marketing, social media marketing, SEM, e-mail marketing, etc.).
- Gestión de la brand experience de la compañía.
- Investigación de mercados, competencia, target y tendencias para la creación de la estrategia de marketing digital.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Gran comprensión de los conceptos de marketing más actuales, así como de estrategia digital, tecnología, metodologías y mejores prácticas.
- Conocimientos en herramientas de CRM, big data, BB.DD., analítica digital y DGPR.
- Conocimiento de tecnologías exponenciales, tecnocreatividad así como de inteligencia artificial aplicada al marketing.
- Experiencia en la gestión acciones tácticas enfocadas al inbound marketing y al funnel de conversión, como e-mail marketing, redes sociales, SEO, PPC y afiliación.
- Titulación relacionada con Marketing, Publicidad o Relaciones Públicas.

04

INBOUND MARKETING SPECIALIST

Experto en Inbound Marketing.

MISIÓN

- Diseñar el funnel y la estrategia de inbound marketing, tanto corporativa como por unidad de negocio, para captar y fidelizar clientes de forma no intrusiva.
- Establecer la combinación de acciones de marketing digital, con el objetivo de que el usuario se sienta atraído por los productos o servicios y poder establecer el contacto (siempre bajo iniciativa del cliente).

FUNCIONES

- Comprender los ciclos de compra, objetivos, KPI y segmentos de mercado en crecimiento para la optimización de resultados.
- Definir el buyer persona (cliente ideal).
- Definir el tipo de contenido, mensajes, tono, palabras clave, canales y formatos que se necesitan para atraer al cliente.
- Cualificar las oportunidades de negocio (lead scoring y lead nurturing).

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de captación de atención, atracción y conversión de los visitantes al site de la compañía y landing pages.
- Capacidad analítica para entender el comportamiento del usuario online.
- Experiencia en redacción de contenidos y con herramientas de marketing online.
- Conocimientos en bases de datos y CRM.
- Conocimiento de tecnologías exponenciales así como de inteligencia artificial aplicada al marketing.

05

SEM & SEO SPECIALIST

Experto en SEM y SEO.

MISIÓN

- Definir y crear campañas de pago en buscadores basadas en keywords, orientadas a la conversión y consecución de objetivos del sitio web. Mejorar el posicionamiento orgánico en buscadores e incrementar el número de visitas del sitio.

FUNCIONES

- Desarrollo de la estrategia para las campañas de marketing en buscadores de pago.
- Seguimiento y análisis de datos de las campañas para identificar oportunidades de optimización.
- Trabajar con los equipos de ventas y de cuentas para generar nuevas campañas de búsqueda.
- Gestión de estrategias y acciones de SEO (Search Engine Optimization). Seguimiento y análisis.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de Google Adwords y Yahoo Search Marketing.
- Experiencia en herramientas de medición online (analítica digital), con el objetivo de recopilar y analizar los datos de búsqueda y métricas y tomar decisiones al respecto.
- Conocimientos de HTML, CSS, lenguajes de programación y gestión de contenidos.
- Conocimiento de tecnologías exponenciales así como de inteligencia artificial aplicada al marketing.

06

SEO SPECIALIST

Experto en SEO.

MISIÓN

- Conseguir aumentar las visitas por parte de los usuarios potenciales a través del posicionamiento orgánico en buscadores.
- Identificar oportunidades de negocio mediante el estudio de las búsquedas realizadas por los usuarios.
- Optimizar los resultados de búsqueda orgánicos de la compañía, a través de la creación y dirección de estrategias SEO.

FUNCIONES

- Crear estrategias avanzadas de SEO.
- Utilizar habilidades de programación y de diseño web básicas para efectuar la optimización SEO.
- Determinar el uso de las keywords más relevantes para el negocio en contenidos.
- Realizar análisis de la competencia

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de redacción y comunicación.
- Conocimiento de HTML, CSS, lenguajes de programación y gestión de contenidos.
- Conocimientos sobre cómo funcionan los buscadores (indexación, crawléo, posicionamiento y accesibilidad).
- Conocimiento de tecnologías exponenciales así como de inteligencia artificial aplicada al marketing.

07

RTB & TRAFFIC MANAGER

Responsable de conversión, captación programática y tráfico web en ad servers de publicidad.

MISIÓN

- Mejorar las campañas de captación de la empresa mediante el uso de programas de compra programática y el estudio de los clientes y sus perfiles. Gestionar el tráfico de anuncios en los adservers, facilitando las principales métricas de publicidad digital.

FUNCIONES

- Ejecutar campañas estratégicas para maximizar el rendimiento de la inversión y los ingresos. Activación, gestión y seguimiento de las campañas.
- Resolución de problemas técnicos en la selección de perfiles de clientes potenciales y relacionados con la optimización de la campaña.
- Configurar las cuentas de los anunciantes en los ad servers.
- Recepción de los píxeles de medición de los soportes para su correcta implementación y posterior comprobación así como nuevos segmentos de audiencia.
- Recepción de materiales y plan de traficado. Optimización del peso de las creatividades.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Licenciatura o Grado en Publicidad, Marketing o Informática.
- Amplios conocimientos en gestión de plataformas de RTB, compra programática y conocimientos de marketing para gestionar campañas.
- Conocimiento sobre los principales ad servers del mercado.
- Experiencia en SEM para crear estructuras de grupos de anuncios.
- Habilidades analíticas y de resolución de problemas.

08

GROWTH HACKER

Experto en desarrollos virales.

MISIÓN

- Acercarse al mercado con un enfoque en la innovación, la escalabilidad y la conectividad de los usuarios.
- Construir el crecimiento potencial del producto, incluyendo la adquisición de usuarios con el mínimo gasto y esfuerzo posibles, incrementar de forma rápida y notoria el volumen de usuarios, o ingresos, o impactos, de nuestra empresa.

FUNCIONES

- Analizar de forma pormenorizada el comportamiento online del consumidor.
- Diseñar contenidos con un alto potencial de penetración y respuesta por parte del consumidor (virales).
- Situar las redes sociales como herramienta por excelencia para llevar a cabo el growth hacking, ya que su accesibilidad es universal.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en marketing, digital, analítica web y desarrollo de producto.
- Conocimientos tecnológicos avanzados. Especialmente de tecnologías exponenciales así como de inteligencia artificial aplicada al marketing.
- Experiencia en tecnocreatividad.

COMUNICACIÓN DIGITAL & SOCIAL MEDIA

09

DIGITAL COMMUNICATION MANAGER

Responsable de comunicación digital.

MISIÓN

- Dar a conocer y potenciar en el mercado la identidad, imagen y marca de la organización a través de los diferentes canales y relaciones con stakeholders.
- Establecer relaciones colaborativas sólidas con partners y clientes.
- Velar por la reputación corporativa de la empresa.

FUNCIONES

- Definir, coordinar y dar coherencia a las iniciativas, estrategias y planes de comunicación y reputación, en consonancia con los objetivos de negocio.
- Identificar y coordinar los contenidos, mensajes y canales más adecuados para cada acción de comunicación.
- Medir la calidad y eficacia de los resultados de los planes y acciones desarrollados. Gestión de procesos de mejora continua.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Grado en Comunicación, Marketing, Publicidad o estudios afines.
- Conocimientos de estrategias digitales y de gestión de crisis.
- Habilidades en comunicación y negociación. Nivel alto de interlocución.

10

TRANSMEDIA & BRANDED CONTENT SPECIALIST

Experto en contenido digital de marca.

MISIÓN

- Coordinar las acciones de contenido de una compañía o proyecto.

FUNCIONES

- Crear acciones no intrusivas que informen/entretengan/inspiren a la audiencia, transmitiendo los valores asociados a la marca e incrementando el recuerdo de la misma mediante la generación de experiencias de alto valor.
- Mejorar la eficiencia de los proyectos, siendo importante también el entendimiento de que si no vende, no vale.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimiento de la situación actual de los usuarios ante la ingente sobresaturación informativa.
- Diferenciación entre enfoque pull vs. push.
- Capacidad estratégica.
- Dominio de las técnicas narrativas.
- Dominio de la tecnocreatividad.

11

CONTENT MANAGER

Responsable de contenidos digitales.

MISIÓN

- Creación, definición e implantación de aquellos aspectos vinculados con los contenidos que generará la organización para su web, blogs, redes sociales o cualquier otro soporte tanto propio como ajeno.

FUNCIONES

- Crear, desarrollar y gestionar el contenido en función de las metas y objetivos de la empresa (previamente definidos en su estrategia).
- Seguimiento de los KPI y reporting.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Capacidad de redacción, sintaxis y comprensión de entornos de comunicación digitales.
- Conocimiento avanzado de los formatos de publicación.
- Conocimientos avanzados de gestores de contenido.

12

SOCIAL MEDIA MANAGER

Responsable de la estrategia en medios sociales.

MISIÓN

- Creación, desarrollo e implantación de la estrategia de social media, tanto a nivel de marca como de productos y servicios.
- Ser la voz de la empresa puertas afuera y la voz del cliente puertas adentro.

FUNCIONES

- Crear y desarrollar la identidad social online de la organización con el fin de dotar a la marca, empresa y sus productos de "personalidad" en la red.
- Diseñar y redactar los diferentes protocolos de comunicación, gestión, y crisis.
- Coordinar el equipo de community managers.
- Analizar y reportar el resultado de las acciones realizadas.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia en gestión de comunicación y conocimiento estratégico de las redes sociales.
- Experiencia en gestión de crisis.
- Capacidad para diseñar y proponer una estrategia corporativa única en canales sociales.

13

COMMUNITY MANAGER

Responsable de la gestión de comunidades y RRSS.

MISIÓN

- Gestionar redes sociales, convirtiéndose en el punto de unión entre la marca, empresa o producto y la comunidad.
- Responsable de la comunicación y las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito social.

FUNCIONES

- Escuchar y responder conversaciones online y monitorizar las redes sociales para detectar menciones sobre la empresa.
- Dinamizar contenidos digitales en cualquier formato.
- Gestionar quejas de clientes y distribuirlas entre los departamentos correspondientes.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Experiencia y conocimientos en comunicación, así como en marketing, ventas, publicidad y periodismo.
- Buena redacción.
- Habilidades para implicar de forma activa a grupos de personas.

BIG DATA & BUSINESS ANALYTICS

14

DIGITAL ANALYST

Responsable de analítica digital.

MISIÓN

- Dar sentido y significado a los datos recopilados a través de las distintas herramientas de medición online (site centric y user centric).
- Formular recomendaciones estratégicas para las partes interesadas a través de informes, presentaciones y cuadros de mando, con el fin de alinear los objetivos de la compañía y los de medición online.

FUNCIONES

- Diseño, puesta en marcha y mantenimiento de estrategias de medición online.
- Desarrollar propuestas de optimización de los sitios online integrados en múltiples canales y plataformas.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Perfil técnico/ tecnológico con amplios conocimientos de marketing y estrategia de negocio.
- Dotes comunicativas para informar sobre los resultados de medición cuantitativos y cualitativos.

15

BIG DATA & AI ANALYST

Analista de big data e inteligencia artificial.

MISIÓN

- Dar sentido y significado a los datos que se recogen en los proyectos de integración de big data de una compañía.
- Gestionar la calidad de datos.
- Transformar datos en información relevante y útil para la compañía.

Gestionar las bases de conocimiento que emplean los sistemas de IA.

FUNCIONES

- Gestión de datos e infraestructura de datos.
- Gestión del conocimiento y bases de conocimiento.
- Liderazgo de planes de análisis de datos en entornos masivos como redes sociales, operadoras de telecomunicaciones, comercio electrónico, etc.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos de programación y específicos en las bibliotecas de análisis de datos.
- Conocimientos técnicos avanzados sobre herramientas de Inteligencia Artificial.

16

**CUSTOMER INTELLIGENCE
& CRM ANALYST**

Analista de inteligencia de clientes y CRM.

MISIÓN

- Utilizar los métodos y técnicas analíticas que permita tener un conocimiento del cliente y el impacto del mismo en el negocio.
- Gestionar y validar los datos de manera eficiente.
- Creación, puesta en marcha y seguimiento de las estrategias centradas en la relación con el cliente (on y off) a partir del análisis de patrones de comportamiento extraídos de cruzar datos internos del CRM con datos externos generados por la interacción social.

FUNCIONES

- Identificar las oportunidades de monetización. Impulsar mejoras operativas y aumentar la efectividad de campañas, medir la contribución en beneficios, personalización de ofertas o servicios, modelizar casos de negocio para llegar a los objetivos propuestos.
- Gestión y mantenimiento de las plataformas tecnológicas CRM. Elaboración de la estrategia de CRM.
- Liderar el plan de contactos por segmento de cliente con origen en los canales digitales y medios sociales para mejorar la fidelización.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Titulación en Ingeniería, Estadística, Económicas o Matemáticas.
- Conocimientos en el manejo de BBDD y lenguaje de programación. Capacidad para entender el negocio y comunicar insights.
- Conocimientos sobre herramientas CRM, análisis y segmentación de datos. Estrategias de ciclo de vida del cliente, investigación y estudios de mercado.
- Conocimiento de tecnologías exponenciales y de inteligencia artificial aplicada al dato.

TECNOCREATIVIDAD

17

DIGITAL DESIGNER

Diseñador digital.

MISIÓN

- Identificar soluciones creativas, comunicativas y usables para el posterior desarrollo de productos gráficos digitales.

FUNCIONES

- Diseño y maquetación web y de espacios digitales.
- Diseño de elementos gráficos e infografías. Coordinación con el área correspondiente para la elaboración de contenidos.
- Tratamiento de imágenes.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Estudios relacionados con el Diseño y afines.
- Conocimiento de los lenguajes y herramientas de diseño web y gráfico habituales.
- Conocimientos de usabilidad.

CUSTOMER EXPERIENCE

18

UI/UX DESIGNER

Diseñador de interfaces y experiencia de usuario.

MISIÓN

- Definición de la Experiencia de Usuario (UX).
- Dirección de arte del software orientada al usuario.
- Definición del aspecto y comportamiento gráfico del software.

FUNCIONES

- Definición de la User Interface (UI) y la User Experience (UX).
- Diseño de los componentes gráficos.
- Preparación de los paquetes de gráficos listos para ser usados en el desarrollo.
- Desarrollo de experiencias wow!.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Uso en profundidad de software como Illustrator o Photoshop.
- Uso de Sketch.
- Conocimientos de CSS.
- Conocimientos de User Experience en las distintas plataformas (mobile, web, escritorio,...).
- Perfil artístico, creativo e innovador.

19

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGER

Responsable de experiencia del cliente.

MISIÓN

- Alinear las expectativas y percepciones de los clientes con las propuestas de valor que ofrece la marca, buscando siempre superarlas.
- Definición e implementación de la estrategia de la compañía en términos de CX: objetivos, plan de acción y herramientas de medición. Análisis de su impacto en la cuenta de resultados. Concienciación interna, involucrando a todas las áreas de la organización para asegurar el éxito.

FUNCIONES

- Analizar y optimizar la experiencia del cliente en todos los puntos de contacto y durante toda la duración de su relación con la marca: desde la conciencia, el descubrimiento, la atracción, la interacción, la conversión, el uso, hasta el cultivo de la relación y la recomendación.
- Fijación de objetivos a corto, medio y largo plazo, así como las acciones necesarias para su consecución. Seguimiento y reporte de resultados.
- Orientar a la organización, proporcionando la información, procesos y herramientas necesarios, para trabajar con foco en el cliente, haciéndoles partícipes de nuevas maneras de hacer las cosas.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Profundo conocimiento y experiencia en Marketing, Fidelización, Atención al Cliente, Innovación y Desarrollo de Negocio.
- Visión multidimensional y multicanal.
- Liderazgo, capacidad de escucha y empatía.
- Manejo de herramientas de diseño de Customer Journey, mapas de empatía, Buyer Persona y pain points, mapas de relación individuo-marca, etc.

DIGITAL BUSINESS & E-COMMERCE

20

DIGITAL BUSINESS MANAGER

Director de negocio digital.

MISIÓN

- Creación, definición y ejecución del plan de negocio digital de la compañía; gestión de los nuevos modelos de negocio digital y su ROI.

FUNCIONES

- Control de la estrategia global e internacional del desarrollo de negocios digitales.
- Identificación y seguimiento de los KPI clave como Coste de Adquisición o Live Time Value.
- Gestión del plan de marketing digital adecuado así como la asignación de presupuestos a las disciplinas asociadas (inbound marketing, social media marketing, SEM, e-mail marketing, etc.).
- Gestión del Social Selling de la compañía.
- Investigación de mercados, competencia, target, tecnologías exponenciales y tendencias para la creación de la estrategia de negocio digital.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Gran comprensión de internet, plataformas digitales, innovación tecnologías y modelos de negocio asociados.
- Conocimiento de lastécnicas del Social Selling y del marketing digital, así como de estrategia digital, tecnologías y metodologías ágiles e innovadoras.
- Conocimiento de tecnologías exponenciales, tecnocreatividad así como de inteligencia artificial aplicada al marketing.

21

E-COMMERCE MANAGER

Responsable de comercio electrónico.

MISIÓN

- Dirección de un comercio electrónico con el objetivo de obtener el mejor ROI posible.

FUNCIONES

- Preparar y liderar la estrategia digital adaptada al tipo de e-commerce, tipo de producto y territorio de alcance.
- Gestionar e innovar en los ámbitos clave: tienda online, productos, marketing digital, sistemas de pago, fulfillment, logística, servicio al cliente, analítica...
- Dirigir equipos de trabajo internos y externos en las diferentes áreas digitales (contenido, Social Media, SEO, SEM, CRM, pricing,...).
- Gestionar lo KPI claves de la tienda online y el desarrollo del negocio.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Gran conocedor del producto o servicio y del sector que desarrolla, para así poder trabajar una estrategia de contenidos y compra de productos.
- Conocimientos de las plataformas tecnológicas más utilizadas, así como de estrategias de marketing digital, sistema de pagos y logística.
- Conocimientos de tecnologías exponenciales, tecnocreatividad así como de inteligencia artificial aplicada al ecommerce, al customer intelligence y al marketing digital.

22

DIGITAL ACCOUNT MANAGER

Ejecutivo de cuentas digitales.

MISIÓN

- La responsabilidad principal del Digital Account Manager es la gestión de cuentas en proyectos digitales o la gestión de negocio digital.

FUNCIONES

- Gestionar la relación con la cartera de clientes y responsabilizarse de la consecución de objetivos.
- Definición y creación de propuestas digitales.
- Desarrollo de acciones de captación de clientes.
- Coordinación de las campañas de la cartera de clientes.
- Creación de cuadros de mando, monitorización KPI.
- Evaluación de resultados y detección de oportunidades.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Planificación, manejo de agenda y tiempos, capacidad de anticipación.
- Orientación al cliente, buen comunicador.
- Conocimientos y pasión por los medios digitales; interés por mantenerse permanentemente actualizado en el uso de herramientas y productos digitales.
- Experiencia en publicidad en plataformas digitales.

RECURSOS HUMANOS & EMPLOYEE EXPERIENCE

23

DIGITAL HR MANAGER

Responsable de RR.HH. Digital.

MISIÓN

- Liderar, impulsar y acelerar el proceso de reorganización, transformación y cambio de toda la organización para adaptarla a los nuevos retos digitales del negocio y a las nuevas formas de trabajar para ser competitivos.

FUNCIONES

- Definir la hoja de ruta con las iniciativas digitales internas que, alineadas con negocio, aceleren el proceso de transformación digital de la empresa.
- Gestionar el cambio hacia un mindset y cultura digital.
- Impulsar y acompañar nuevas formas de comunicación interna y trabajo con plataformas digitales y colaborativas; nuevos estilos de liderazgo y organización con equipos multifuncionales y metodologías ágiles; formar en habilidades y competencias digitales; adoptar estrategias digitales de employer branding,...

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Formación en RR.HH. y gestión de personal.
- Habilidad en el uso de herramientas digitales de gestión, comunicación, análisis y compartición de información.
- Conocimiento y experiencia en metodologías ágiles de gestión y creatividad.

TECH & BUSINESS INNOVATION

24

CHIEF INFORMATION SECURITY OFFICER (CISO)

Director de Seguridad de la información.

MISIÓN

- Establecer y mantener la visión empresarial, estrategia y programa dentro de la organización para garantizar que los activos de información estén adecuadamente protegidos.

FUNCIONES

- Salvaguardar los activos de la empresa, la propiedad intelectual, cumplimiento normativo y los sistemas informáticos.
- Identificar los objetivos de protección y métricas en consonancia con el plan estratégico corporativo.
- Administrar el desarrollo y la aplicación de la política de seguridad global, normas, directrices, procedimientos y gestión de incidencias.
- Definir la arquitectura de seguridad de red, acceso a la red y las políticas de monitorización.
- Desarrollar el plan operativo anual del área de seguridad.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Estudios de posgrado relacionados con ciberseguridad.
- Conocimientos en estándares de seguridad, gestión de riesgos, normatividad nacional e internacional en seguridad y mejores prácticas.
- Experiencia en auditoría y áreas de seguridad corporativa.

25

AI BOTS MANAGER

Experto en soluciones de AI para bots.

MISIÓN

- Identificación de casos de uso de tecnologías conversacionales.
- Creación del caso de negocio y promoción interna del mismo.
- Liderar la implantación y monitorización de la solución.

FUNCIONES

- Evaluación de necesidades y generación de SRS (Software Requirements Specification).
- Generación de RFP (Request for Proposals) y evaluación de ofertas.
- Gestión de proveedores.
- Implantación de plan de pruebas.
- Despliegue a producción.
- Plan de monitorización de la solución.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Formalismos de representación del conocimiento.
- Bases de conocimiento.
- Arquitectura de sistemas basados en el conocimiento.
- NLP (Natural Language Processing).

DEFINICIONES PROFESIONES TECNOLÓGICAS

TECH DEVELOPMENT

01

APPS DEVELOPER

Desarrollador de aplicaciones móviles.

MISIÓN

- Desarrollo de las apps en las tecnologías nativas de Apple y Android en sus dispositivos desde el inicio y hasta su publicación.

FUNCIONES

- Desarrollar el código de las app.
- Asegurar su correcto funcionamiento.
- Preparar las app para su publicación.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos avanzados de programación Objective-C y Java.
- Conocimientos de Xcode y Swift.
- Se valora positivamente la experiencia en metodologías ágiles de trabajo en equipos (Scrum, Kanban).

02

BLOCKCHAIN DEVELOPER

Desarrollador de blockchain.

MISIÓN

- Analizar y evaluar las distintas soluciones existentes, casos de uso y cómo abordar estrategias para incorporar estas tecnologías en los procesos de negocio de las organizaciones.

FUNCIONES

- Desarrollo de aplicaciones descentralizadas y contratos inteligentes.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Ingeniería Informática, Telecomunicaciones o afín. Perfil técnico de programador.
- Conocimientos de Microsoft SQL Server, Visual Studio, .NET, MVC, AJAX, SQL, C, C ++, C #, Javascript, Node.js, JQuery, SOAP, REST, FTP, HTML, XML, XSLT, XCOD, Agile Scrum y MYSQL.
- Experiencia en el desarrollo e implementación de APIs.
- Conocimientos de tecnologías Blockchain (Solidity, Blockchain, Ethereum, Cryptocurrency, Node.js).

03

BACKEND DEVELOPER

Desarrollador de backend.

MISIÓN

- Desarrollar los componentes dinámicos de cualquier software y sus partes de gestión.

FUNCIONES

- Desarrollo de Web Services a medida.
- Conexión entre plataformas con distintas tecnologías (ERP, CRM, e-commerce).
- Creación y mantenimiento de bases de datos.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos básicos de java, asp.net (C #), PHP, JSP.
- Conocimientos de Bases de Datos como MySQL o SQL Server.
- Se valoran los conocimientos de Python, Ruby.

04

3D MODELER AND ANIMATOR

Modelador y animador 3D.

MISIÓN

- Encargado de generar los elementos 3D necesarios para el proyecto y prepararlos para su utilización en el desarrollo.

FUNCIONES

- Modelado y animación 3D de escenarios, objetos y personajes.
- Creación de texturas.
- Conceptualización del arte.
- Definición del arte y la User Experience (UX) dependiendo del producto (Realidad Aumentada, videojuego, Realidad Virtual...) y el medio (mobile, PC,...).
- Preparación de los paquetes para ser utilizados en el desarrollo.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Uso en profundidad de software como 3D Studio MAX o Maya.
- Uso de Unity para desarrollos de videojuegos en plataformas móviles.
- Entendimiento de las diferentes necesidades de cada plataforma (mobile, PC,...).

05

WEB DEVELOPER

Desarrollador web.

MISIÓN

- Desarrollo de la parte frontal de aplicativos web, garantizando la seguridad y la compatibilidad con todos los dispositivos y navegadores.

FUNCIONES

- Desarrollar el código web respetando su adaptación a dispositivos y navegadores distintos.
- Asegurar los mínimos de seguridad y su correcta publicación.
- Generación y gestión de bases de datos.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos avanzados de programación web y bases de datos.
- Conocimiento de CSS y Web Services.
- Se valora experiencia en metodologías ágiles de trabajo en equipos (Scrum, Kanban).

06

SAP CONSULTANT

Consultor SAP.

MISIÓN

- Analizar los procesos industriales, administrativos y de gestión de la compañía.
- Ofrecer al cliente soluciones a su problemática de negocio.
- Configuración de los módulos de SAP según las necesidades empresariales.

FUNCIONES

- Diseño de los planos empresariales de la compañía cliente.
- Adecuación y adaptación del sistema SAP a las necesidades del cliente.
- Capacitación al equipo de usuarios en los procesos implementados.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Entendimiento de la arquitectura SAP.
- Conocimiento de los procesos del área funcional correspondiente.
- Conocimiento de las herramientas que proporciona SAP: guías de customizing, diccionario de datos, lenguajes de programación.
- Alta capacidad comunicativa.

07

CRM DEVELOPER

Desarrollador CRM.

MISIÓN

- Responsable del diseño, desarrollo y mantenimiento de soluciones empresariales CRM.
- Participación en el ciclo de vida de proyectos de implantación de sistemas y/o herramientas CRM, desde el análisis de requerimientos al diseño de la solución, el desarrollo del proyecto, su puesta en marcha y el mantenimiento posterior de los sistemas implantados.

FUNCIONES

- Análisis de requerimientos, diseño, desarrollo y puesta en marcha de proyectos CRM.
- Creación, parametrización y mantenimiento de las herramientas que soportan estos proyectos (Salesforce, Sugar CRM, MS Dynamics, Oracle Sales Cloud, Netsuite CRM, etc.).
- Análisis y desarrollo de las necesidades de mantenimiento evolutivo y correctivo de sistemas CRM.
- Formación y soporte a usuarios finales.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Herramientas de CRM y bases de datos.
- Metodologías de desarrollo de proyectos.
- Experiencia en implantación de sistemas y tareas de soporte.
- Conocimientos de marketing digital, e-commerce, análisis web/digital y e-mail marketing.
- Capacidad para trabajar de forma creativa y analítica en un contexto de resolución de problemas.

08

AI CHIEF SCIENTIST

Desarrollador de Inteligencia Artificial.

MISIÓN

- Generar los resultados de investigación en Inteligencia Artificial requeridos por el Product Roadmap.
- Generar los prototipos de investigación que validen los resultados de investigación.
- Supervisar la correcta implementación del sistema de producción a partir del prototipo de investigación.

FUNCIONES

- Dirección de proyectos de Inteligencia Artificial (IA).
- Interfaz entre el Leadership Team y el Departamento de IA.
- Liderazgo científico y técnico.
- Definición de la cultura y metodología de trabajo.
- Selección y formación de los ingenieros de Inteligencia Artificial.
- Apoyar la preventa con portotios, sistemas demostradores, explicación de la tecnología.
- Evangelización: whitepapers, conferencias sectoriales, webinars, etc.
- Mentorización y desarrollo profesional de los ingenieros de IA.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos del desarrollo y estado del arte de la IA.
- Metodología de investigación. Gestión y metodologías de innovación.
- Liderazgo y dirección de equipos investigadores y desarrolladores.
- "Tools of the trade" (herramientas tecnológicas de uso habitual en la profesión).
- Capacidad de trabajo y organización de equipos multidisciplinares.
- Capacidad para desarrollar nuevos resultados de investigación.

09

PROJECT MANAGER

Gerente de proyecto.

MISIÓN

- Coordinación del desarrollo de un proyecto tecnológico de principio a fin.

FUNCIONES

- Comunicación con el cliente y con el equipo de producción.
- Asegurar la rentabilidad, los plazos de entrega, las funcionalidades y la calidad del producto entregado.
- Generación de documentación (documento funcional) necesaria para la definición del proyecto.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Conocimientos técnicos generales.
- Conocimientos y experiencia en gestión de personas y equipos.
- Se valora experiencia en metodologías ágiles de trabajo en equipos (Scrum, Kanban).

10

ARQUITECTO EN LA NUBE

Arquitecto en la nube.

MISIÓN

- Administrar la estructura Cloud Computing de la organización.
- Liderar el cambio que supone la adopción del Cloud Computing en la empresa.

FUNCIONES

- Sus funciones se extienden a todo lo relacionado con servidores, plataformas, soluciones de almacenamiento, conectividad y software, en función del modelo de Cloud elegido: público, privado o híbrido.
- Desarrollo de la estrategia de adopción de cloud y coordinación del proceso.
- Promover y asegurar el cumplimiento de estándares de seguridad en la infraestructura y soluciones Cloud.

CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

- Titulación en Ingeniería Técnica en Informática, Telecomunicaciones o Técnico Superior en Administración de Sistemas Informáticos.
- Conocimientos de las tecnologías y herramientas de gestión Cloud.
- Experiencia con herramientas de orquestación y automatización Cloud.
- Fundamentos en Seguridad IT.

SALARIOS MEDIOS

PROFESIONES DIGITALES

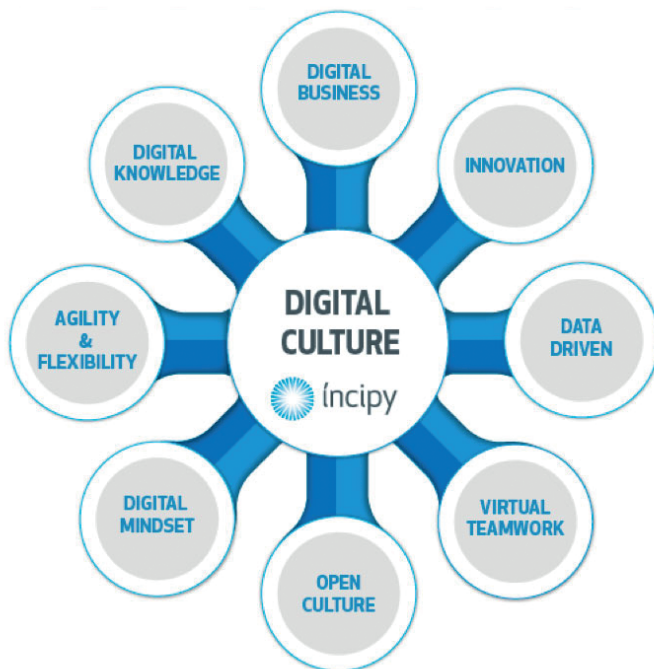
POSICIÓN	BANDA SALARIAL
CDO & Digital Director	90.000 € – 200.000 €
CDO & IT Director	90.000 € – 200.000 €
Digital Marketing Manager	55.000 € – 80.000 €
Inbound Marketing Specialist	35.000 € – 45.000 €
SEM & SEO Specialist	25.000 € – 38.000 €
SEO Specialist	25.000 € – 38.000 €
RTB & Traffic Manager	28.000 € – 38.000 €
Growth Hacker	20.000 € – 40.000 €
Digital Communication Manager	50.000 € – 100.000 €
Transmedia & Branded Content Specialist	25.000 € – 40.000 €
Content Manager	25.000 € – 40.000 €
Social Media Manager	35.000 € – 50.000 €
Community Manager	25.000 € – 45.000 €
Digital Analyst	35.000 € – 65.000 €
Big Data & AI Analyst	45.000 € – 65.000 €
Customer Intelligence & CRM Analyst	35.000 € – 60.000 €
Digital Designer	23.000 € – 38.000 €
UI / UX Designer	25.000 € – 55.000 €
Customer Experience Manager	40.000 € – 60.000 €
Digital Business Manager	70.000 € – 120.000 €
E-commerce Manager	70.000 € – 120.000 €
Digital Account Manager	45.000 € – 60.000 €
Digital HR Manager	50.000 € – 90.000 €
Chief Information Security Officer (CISO)	80.000 € – 180.000 €
AI Bots Manager	80.000 € – 180.000 €

PROFESIONES TECNOLÓGICAS

POSICIÓN	BASE SALARIAL
Apps Developer	40.000 € - 55.000 €
Blockchain Developer	30.000 € - 55.000 €
Backend Developer	30.000 € - 50.000 €
3D Modelator and Animator	26.000 € - 38.000 €
Web Developer	30.000 € - 45.000 €
SAP Consultant	30.000 € - 60.000 €
CRM Developer	30.000 € - 45.000 €
AI Chief Scientist	40.000 € - 55.000 €
Project Manager	30.000 € - 45.000 €
Cloud Architect	50.000 € - 60.000 €

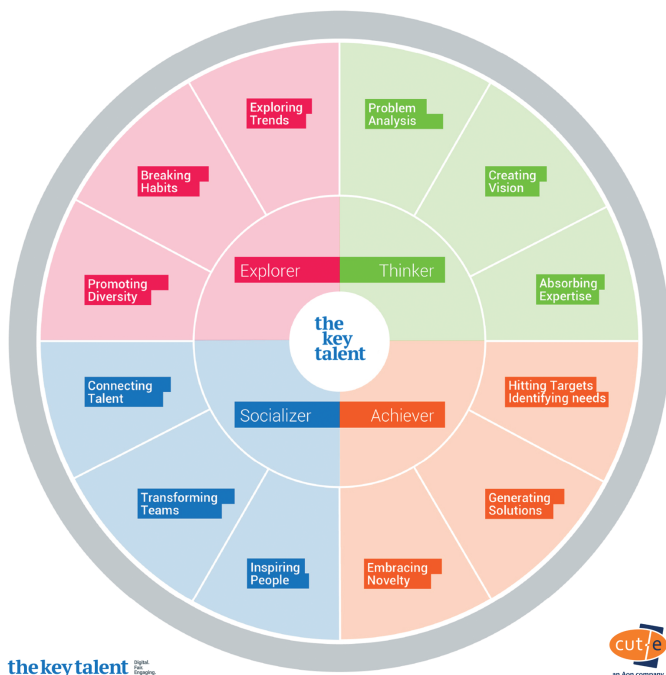
COMPETENCIAS DIGITALES

DIMENSIONES DE LA CULTURA DIGITAL



COMPETENCIAS BÁSICAS DIGITALES

La transformación digital requiere de nuevos conocimientos, habilidades y competencias digitales en los profesionales. Según el modelo de referencia desarrollado por The Key Talent para *cut-e*, una compañía de Aon, existen 12 competencias básicas digitales agrupadas en cuatro áreas: **Explorer**, **Thinker**, **Socializer** y **Achiever**.



Cada una de las cuatro áreas identifica un perfil concreto, en el que prevalecen determinadas competencias.

-----THINKER-----

PROBLEM ANALYSIS

- ✓ Analiza información compleja, la sintetiza y la presenta de modo sencillo y seguro.

CREATING VISION

- ✓ Identifica necesidades y desarrolla una visión nueva y realista sobre su negocio en un entorno digital.

ABSORBING EXPERTISE

- ✓ Construye su aprendizaje de forma ágil utilizando canales digitales y conectando el conocimiento que proviene de otras personas.

-----ACHIEVER-----

HITTING TARGETS // IDENTIFYING NEEDS

- ✓ Al negociar, identifica conocimiento y necesidades subyacentes llegando a acuerdos con sus interlocutores.

GENERATING SOLUTIONS

- ✓ Actúa de forma ágil y resolutiva utilizando los recursos con pragmatismo.

EMBRACING NOVELTY

- ✓ Responde adecuadamente ante cambios y situaciones de incertidumbre.

-----SOCIALIZER-----

INSPIRING PEOPLE

- ✓ Convince y persuade a sus interlocutores mediante canales digitales.

TRANSFORMING TEMAS

- ✓ Desarrolla actividades de equipo, incluso en entornos deslocalizados, para alcanzar los objetivos con los medios disponibles.

CONNECTING TALENT

- ✓ Crea redes productivas utilizando contenidos y fórmulas novedosas que amplían sus fronteras de negocio y de clientes.

-----EXPLORER-----

PROMOTING DIVERSITY

- ✓ Trabaja en equipos multiculturales y disciplinares fomentando el respeto a las diferencias individuales y de opinión para conseguir los mejores resultados.

BREAKING HABITS

- ✓ Actúa con convicción y rompe hábitos cuando es necesario.

EXPLORING TRENDS

- ✓ Se toma el tiempo por conocer e incorporas soluciones del mercado y las aprovecha en el ámbito profesional.

Realidad virtual, robótica avanzada, inteligencia artificial, materiales inteligentes, nanotecnología, biotecnología, etc. Avances que transformarán nuestra forma de vida y trabajo. Algunas posiciones desaparecerán, otras cobrarán protagonismo y también aparecerán nuevas profesiones. Todo esto provoca que las competencias requeridas se varíen por lo que, todos los profesionales, para seguir siendo competitivos, deberán adaptarse e incorporar las competencias que ahora se están identificando.

CONCLUSIONES

PROFESIÓN DIGITAL TOP

Sin variación desde 2015, se mantiene como profesión más demandada el [Digital Marketing Manager](#), posición a la que corresponde el 29 % del total de las ofertas sometidas a análisis.

TOP 5 PROFESIONES DIGITALES MÁS DEMANDADAS POR LAS EMPRESAS DURANTE 2018

- Digital Marketing Manager
- Community Manager
- Digital Communication Manager
- Content Manager
- Digital Analyst

ASPECTOS DESTACABLES EN LAS PROFESIONES DIGITALES

- Se consolidan en la parte alta del ranking las posiciones relacionadas con la gestión de la Comunicación y Social Media: [Community Manager](#), [Digital Communication Manager](#) y [Content Manager](#).
- Entran en el estudio los perfiles relacionados con la gestión y optimización de la experiencia de cliente, con las posiciones [UI/UX Designer](#) y [Customer Experience Manager](#).
- Crece la demanda de profesionales especialistas en la gestión de datos, como es el caso del [Big Data & AI Analyst](#) y el [Customer Intelligence & CRM Analyst](#).

- Irrumpe con fuerza un nuevo perfil relacionado con el negocio digital, el [Digital Business Manager](#).
- Después de la leve caída en el pasado estudio, en esta edición aumenta de forma notable la solicitud del [SEO Specialist](#).
- Por primera vez identificamos dos perfiles de CDOs diferenciados, máximos responsables de la Transformación Digital, incorporándose con fuerza el [CDO & IT Director](#).

ASPECTOS DESTACABLES EN LOS ÁMBITOS DIGITALES

- Sigue creciendo el porcentaje asociado a la demanda de perfiles englobados en el ámbito del [Marketing Digital](#).
- [Comunicación Digital & Social Media](#) pierde 10 puntos con respecto al estudio anterior.
- Se configuran tres nuevos ámbitos, [Tech & Business Innovation](#), [Customer Experience](#) y [Tecnocreatividad](#), para dar cabida a los perfiles cuya demanda en el mercado está en aumento, principalmente la integración de tecnologías disruptivas en el marketing, la creatividad, el análisis de datos o negocio; así mismo aparecen con fuerza las posiciones centradas en la experiencia del cliente.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

- Las posiciones pertenecientes al ámbito del [Marketing Digital](#) siguen siendo las más solicitadas tanto en Barcelona como en Madrid y resto de España.

- La bajada de ofertas dentro del ámbito de la **Comunicación & Social Media** se acusa en mayor medida en Madrid que en Barcelona.
- Barcelona acapara todas las solicitudes de perfiles comprendidos en **Tech & Business Innovation**; por su parte, en Madrid se registran mas peticiones de profesionales en torno al ámbito de la **Tecnocreatividad**.

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL

- Las empresas entorno a la **Comunicación y Educación** aparecen como principales solicitantes de perfiles digitales, desbancando al sector de la Tecnología y Telecomunicaciones. Este dato pone de manifiesto la necesidad de contar con perfiles que ayuden a la transformación digital en los medios de comunicación y organizaciones dedicadas a la enseñanza.
- Adquieren mayor presencia con respecto al estudio anterior las vacantes ofertadas por las empresas vinculadas a la actividad de **Consultoría y Agencias**, reflejo de la importancia que para este tipo de organizaciones tiene el contar con perfiles especialistas en digital a la hora de ofrecer sus servicios a terceros.

TENDENCIAS

Qué significarán los próximos 20 años para el empleo, y cómo prepararse

Fuente: World Economic Forum | <https://www.weforum.org>

Las próximas dos décadas prometen una revolución a gran escala en nuestras vidas laborales. Antes de estudiar los próximos 20 años, echemos un vistazo rápido al presente, y a algo que alguna vez se consideró paradójico.

Ya estamos viviendo en una época de muchos robots, y muchos empleos.

A medida que la cantidad de robots en el trabajo ha alcanzado niveles récord, vale la pena señalar que, según un informe del mes pasado, en 2018 el nivel de desempleo mundial cayó a 5,2%, el nivel más bajo en 38 años.

En otras palabras, la alta tecnología y el alto empleo no tienen que ser mutuamente excluyentes. Estamos viviendo la prueba de eso hoy.

Dada esta sincronización entre el empleo y la tecnología, creo que tenemos razones para esperar que los empleos sean más accesibles, más flexibles y más liberadores en las próximas dos décadas.

He aquí cinco cambios importantes que anticipo, como lo señalé anteriormente para el Foro Económico Mundial:

- La inteligencia artificial y la robótica finalmente crearán más trabajo, no menos. Al igual que en la actualidad.
- No habrá falta de empleos sino, de no adoptar las medidas adecuadas, una escasez de personas calificadas para ocupar esos empleos.
- A medida que el trabajo remoto se convierta en la norma, las ciudades ingresarán a las guerras de talentos del futuro. Desconectar el trabajo de un lugar les dará a las personas una nueva libertad geográfica para vivir donde deseen, y las ciudades y las áreas metropolitanas competirán para atraer a esta nueva fuerza laboral móvil.
- Según las tasas de crecimiento de la fuerza laboral del estudio Freelancing in America 2017, para el año 2027 la mayoría de los trabajadores será independiente.
- El cambio tecnológico seguirá aumentando, por lo que el aprendizaje de nuevas habilidades será una necesidad constante durante toda la vida.
- El debate más constructivo no es si habrá o no cambios, sino qué debemos hacer para garantizar los mejores y más inclusivos resultados.

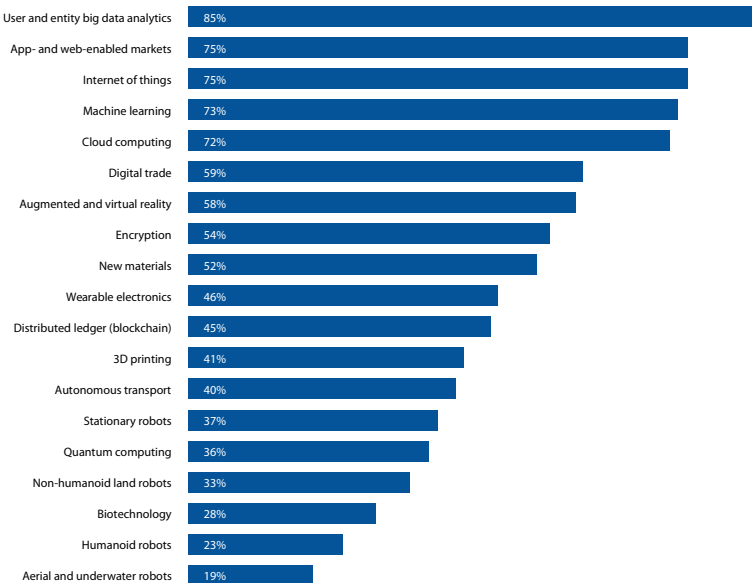
Estas son algunas recomendaciones que podrían ayudar a guiarnos hacia un futuro de trabajo positivo:

Solución n.º 1: Repensar la educación

El rápido cambio tecnológico significa que las personas que operan máquinas en continua evolución deben aprender nuevas habilidades rápidamente. Nuestro sistema educativo actual se adapta a los cambios muy lentamente y funciona de manera muy ineficaz para este nuevo mundo.

Debemos construir un sistema educativo para el aprendizaje permanente, y una cultura que lo promueva. La reconexión del sistema debe comenzar con el jardín de infantes, que debe ser gratuito y obligatorio, mientras que la educación debe seguir siendo igualmente accesible durante toda la vida laboral de una persona.

Figure 2: Technologies by proportion of companies likely to adopt them by 2022 (projected)



Source: Future of Jobs Survey 2018, World Economic Forum.

Las habilidades, no el historial universitario, serán lo importante para la futura fuerza laboral, así que si bien debemos asegurarnos de que la universidad sea asequible, también debemos asegurarnos de que la educación superior valga la pena, o revisarla por completo y aprovechar enfoques más progresivos para la capacitación de habilidades. Los programas de formación profesional centrados en las habilidades, así como otras formas de aumentar el nivel de habilidades (como las pasantías), deben ser ampliamente accesibles y asequibles.

Además, nuestro sistema educativo debe dotar a las personas de habilidades en las que las máquinas no son buenas (todavía). Esto significa metahabilidades como el espíritu empresarial, el trabajo en equipo, la curiosidad y la adaptabilidad.

A medida que el Gobierno se adapta en todos los niveles a una fuerza laboral cambiante, las empresas también deben asumir parte de la carga. Y, al igual que el Gobierno, es necesario que las empresas inviertan tanto en la fuerza laboral que tienen hoy como en la que necesitarán mañana. Eso significa que deben emplear más recursos en la capacitación de nuevos trabajadores para las vacantes laborales e invertir más en la capacitación de sus empleados actuales. Las políticas fiscales pueden alentar a las empresas a adoptar estas medidas. Por ejemplo, los Gobiernos pueden imponer impuestos a las empresas cuyos extrabajadores terminen en situación de desempleo o acepten un empleo con un sueldo inferior, que son signos de que han invertido poco en

sus fuerzas laborales. Estos tipos de políticas deben conducir a resultados positivos en toda la fuerza laboral: los trabajadores se adaptan a los empleos disponibles, las empresas tienen el talento que necesitan para lograr sus objetivos y el Gobierno ve un aumento en la base impositiva por un crecimiento más estable de la fuerza laboral.

Solución n.º 2: Cambiar las protecciones laborales de una red de seguridad a un trampolín

Nuestros sistemas de impuestos, asistencia médica, seguro de desempleo y jubilación se crearon para la era industrial, y no beneficiarán a nadie en el futuro si no podemos hacer reformas importantes.

Durante décadas, ese sistema estuvo en consonancia con la forma en que se empleaba a la mayoría de los trabajadores. Sin embargo, según un nuevo informe del Foro, como eso ha cambiado —y de hecho está pasando frente a nosotros rápidamente— todas las partes deben “estudiar la desvinculación de los beneficios y las protecciones de empleos a tiempo completo y distribuirlos de manera más equitativa entre la fuerza laboral productiva”.

La innovación y los avances tecnológicos en la prestación de tales beneficios también pueden ayudar con este cambio. Para ser eficaz, la red de seguridad del futuro debe utilizar la tecnología para ofrecer beneficios. Edtech, por ejemplo,

ofrece maneras poco costosas de brindar capacitación en habilidades. También debe ser diseñada por sus partes interesadas, no solo los ciudadanos que reciben capacitación, sino también las empresas, los sindicatos y otros grupos que dependen de esa recapitación y mejora de las habilidades para garantizar que puedan cumplir sus objetivos con los trabajadores en desarrollo.

Ya se están probando miles de ideas políticas para cambiar la entrega de beneficios, como “flexicurity”, el modelo de Dinamarca, que ofrece beneficios gubernamentales como la protección por desempleo y la capacitación en habilidades fuertemente subsidiada. También vale la pena continuar estudiando otros —como la “portabilidad de los beneficios” y una renta básica universal, o RBU— por su utilidad. Además, debemos desafiarlos a nosotros mismos para continuar impulsando la innovación en esta área, y trabajar con los Gobiernos a fin de crear entornos de prueba y estudiar estas ideas, respetando las necesidades de la fuerza laboral de hoy y de mañana.

Solución n.º 3: Ofrecer a las personas más libertad y flexibilidad

Mediante la acción conjunta, el Gobierno y las empresas pueden facilitar la vida de las personas al crear más inclusión. Pueden comenzar a hacerlo al aceptar el trabajo remoto, el horario flexible y el poder de la plataforma.

Con frecuencia, trabajar en una oficina no es posible ni práctico para los padres primerizos, los padres solteros, quienes viven con una discapacidad o muchos otros en nuestra sociedad, pero si tienen la opción de trabajar desde casa o fijar sus propios horarios, muchos podrían generar un ingreso. Y muchas personas ya lo hacen.

Según el Foro Económico Mundial, “en la actualidad, aproximadamente entre el 20 y el 30% de la población en edad activa en los Estados Unidos y la UE-15 realizan trabajo independiente, y las cifras son aún mayores en la mayoría de los mercados emergentes”.

Las plataformas, como mi empresa, Upwork, están ayudando a fomentar esta tendencia, mediante la creación de formas mejores y más rápidas de conectar a los compradores y vendedores. Y para millones de personas de todo el mundo, a través de nuestro sitio y una gran cantidad de otros sitios, esto ya está proporcionando nuevas oportunidades para obtener los ingresos y la flexibilidad para vivir la vida que desean. Así que el mensaje de hoy al Gobierno es: “Lo primero es no perjudicar”. Pero lo más importante, mirar hacia adelante, alentar políticas gubernamentales que no desalienten el trabajo independiente, incluido el trabajo autónomo, puede permitir que trabajen más personas que de otra manera no podrían hacerlo. De hecho, la consultora internacional McKinsey estima que “para el año 2025 podrían sumar 2,7 billones de dólares al PBI mundial, y comenzar

a mejorar muchos de los problemas recurrentes en los mercados laborales mundiales”.

El fomento del trabajo a distancia y el horario flexible podría favorecer la participación de las mujeres en la fuerza laboral y, según algunos economistas, reducir la desigualdad de género.

Una importante empresa ofrece una valiosa demostración conceptual. A mediados de los 90, Ernst and Young (EY) comenzó a fomentar enérgicamente sus “esfuerzos de flexibilidad” luego de que la consultora se diera cuenta de que las empleadas de EY dejaban la empresa a un ritmo más rápido (10 a 15 puntos porcentuales más) que sus colegas masculinos.

Veintisiete años después, según un informe, “con trabajo formal flexible, horarios reducidos y a tiempo parcial y flexibilidad diaria informal, junto con otros esfuerzos, EY retiene a hombres y mujeres al mismo ritmo. Además, han alcanzado su objetivo original de promover la participación de las mujeres, quienes cada año representan alrededor del 30% de la nueva clase asociada”.

Las comunidades locales también pueden facilitar el trabajo independiente mediante la creación de más espacios de trabajo virtuales y herramientas para llevar a cabo el trabajo. Esto ayudaría a ofrecer mayores oportunidades en nuevas comunidades a medida que los lugares de trabajo descentralizados se arraigan, incluso a pequeña escala.

Las últimas tres revoluciones industriales han permitido niveles crecientes de globalización. Y si bien en términos generales se pueden calificar como positivos para la economía mundial, las transiciones a menudo han sido muy aterradoras e incluso han dejado a algunas personas excluidas a largo plazo. Desde las recientes oleadas de desindustrialización, las economías occidentales han visto una reducción de las clases medias. Ahora, la cuarta revolución industrial —o 4IR— está permitiendo la globalización 4.0, y aunque sus efectos positivos probablemente sean tan contundentes como las versiones anteriores, o más, debemos asegurarnos de que esta revolución genere el crecimiento más inclusivo posible para todos. Está en cada uno de nosotros, como ciudadanos globales y partes interesadas individuales, ayudar a crear ese camino, uno que ofrezca el futuro del trabajo que las personas necesitan, así como la capacitación y el apoyo para que prosperen.

Stephane Kasriel directora ejecutiva, Upwork

ESTUDIOS REQUERIDOS POR PROFESIÓN DIGITAL

POSICIÓN	ESTUDIOS
1 CDO/ Digital Director	• Executive Program en Transformación Digital de la Empresa • Executive Program en Big Data para Directivos
2 CDO & IT Director	• Executive Program en Transformación Digital de la Empresa • Executive Program en Big Data para Directivos
3 Digital Marketing Manager	• Master en Marketing Digital & AI • Master en Marketing & Análítica Digital • Master en Marketing Digital & CRM • Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
4 Inbound Marketing Specialist	• Master en Marketing Digital & Social Media • Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
5 SEM & SEO Specialist	• Master en Marketing Digital y SEO & SEM • Posgrado en SEO & SEM
6 SEO Specialist	• Master en Marketing Digital y SEO & SEM • Posgrado en SEO & SEM
7 RTB & Traffic Manager	• Master en Marketing Digital y SEO & SEM • Master en Marketing & Análítica Digital
8 Growth Hacker	• Master en Marketing Digital y SEO & SEM • Master en Marketing & Análítica Digital • Posgrado en Growth Hacking
9 Digital Communication Manager	• Master en Comunicación Digital y SEO & SEM • Master en Comunicación y Análítica Digital • Posgrado en Comunicación Digital & Gestión de Crisis

	POSICIÓN	ESTUDIOS
10	Transmedia & Branded Content Specialist	• Master en Comunicación Digital & Branded Content • Posgrado en Branded Content & Transmedia Storytelling
11	Content Manager	• Posgrado en Comunicación Digital & Social Media • Posgrado en Branded Content & Transmedia Storytelling
12	Social Media Manager	• Master en Social Media & Analítica Digital • Posgrado en Comunicación Digital & Social Media • Posgrado en Comunicación Digital & Gestión de Crisis
13	Community Manager	• Posgrado en Comunicación Digital & Social Media • Posgrado en Comunicación Digital & Gestión de Crisis
14	Digital Analyst	• Posgrado en Analítica Digital • Posgrado en Customer Intelligence & Data Analytics
15	Big Data & AI Analyst	• Posgrado en Analítica Digital • Posgrado en Customer Intelligence & Data Analytics • Master en Customer Intelligence & AI Marketing
16	Customer Intelligence & CRM Analyst	• Posgrado en Customer Intelligence & Data Analytics • Master en Customer Intelligence & AI Marketing • Master en Customer Intelligence & CRM
17	Digital Designer	• Master en Diseño Digital • Posgrado en Tecnocreatividad e Innovación
18	UI /UX Designer	• Posgrado en Tecnocreatividad e Innovación
19	Customer Experience Manager	• Master en Marketing Digital & Customer Intelligence • Posgrado en Customer Experience • Master en Customer Experience & CRM
20	Digital Business Manager	• Executive Program en Transformación Digital de la Empresa

	POSICIÓN	ESTUDIOS
21	E-commerce Manager	• Máster en Marketing Digital & E-commerce • Posgrado en Marketing Digital & E-commerce
22	Digital Account Manager	• Posgrado en Marketing Digital & Inbound Marketing
23	Digital HR Manager	• Executive Program en Innovación Digital de los Recursos Humanos
24	Chief Information Security Officer (CISO)	• Posgrado en Ciberseguridad
25	AI Bots Manager	• Posgrado en AI / Bots

AUTORES

Directoras del Estudio

- Joana Sánchez
- Marta Fernández

Director Técnico

- Javier Sancho

Colaboradores

- Ana Sánchez-Blanco
- Carmen María Martínez
- Lluís Altés

- Sylvia Taudien
- Franziska Haberländer
- Mireia Ranera
- Rubén Hernández
- Belén Cuadrillero
- Elena Ortega
- Laura Montero
- Sara García-Morato
- Ignacio Giráldez
- Santiago San Antonio



Con la colaboración de:



Estudio disponible para descarga en www.inesdi.com



Con la colaboración de:



Estudio disponible para descarga en www.inesdi.com