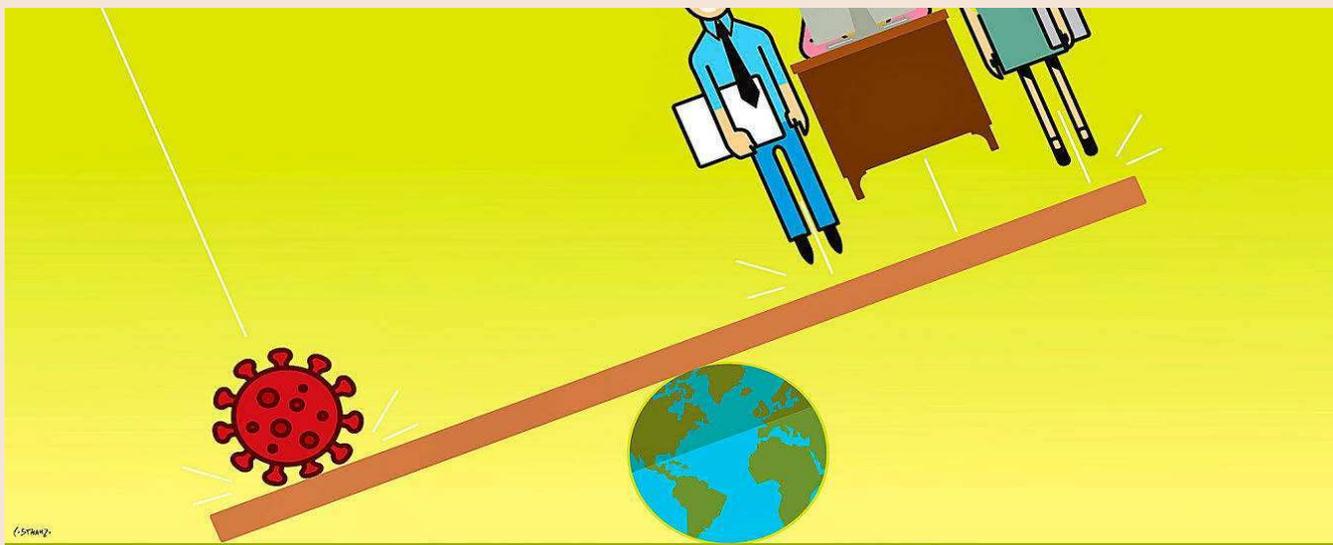


**Expansión & EMPLEO**

**Las 15 profesiones digitales que  
cotizan al alza por el coronavirus P1-2**



**TENDENCIAS** Los cambios propiciados por el coronavirus y la crisis que ha provocado son un factor claro de impulso para numerosas transformaciones en los modelos de actividad, retribución y valoración en el mercado laboral. La necesidad de nuevos perfiles se acentúa y eso da lugar a novedades constantes en la apreciación de las profesiones más demandas y cotizadas. Aquí se destacan 15 de ellas. **Por Tino Fernández**

# 15 profesiones digitales que cotizan al alza por el Covid-19

La pandemia que aún padecemos ha acelerado muchas de las transformaciones que no terminaban de cuajar en el mercado laboral antes del coronavirus. El vaivén de nuevas profesiones que aparecen y desaparecen, e incluso el propio concepto de profesión (hablamos de perfiles esenciales y dudamos de los que antes tenían éxito) es uno de los cambios más visibles. Con la implantación del teletrabajo de manera global, en un experimento mundial impensable si no existiera una situación de emergencia, han surgido oportunidades inéditas para profesiones que cotizan al alza en remoto, con retribuciones que no tienen nada que envidiar a las presenciales. Y parece evidente que los nuevos modelos de trabajo que llegan (impulsados por el experimento de la actividad a distancia) y que serán difíciles de gestionar, propician la aparición de nuevos perfiles y llevan a las empresas a valorar de otra manera las profesiones del futuro, entre las que destacan lógicamente los perfiles digitales.

Un estudio de Incipy para EXPANSIÓN ha detectado las 15 profesiones digitales más demandadas tras el impacto del coronavirus y el teletrabajo en España. Según este estudio, que se incluye en el *IV Índice de madurez digital 2020* que Incipy lanzará el próximo miércoles, el perfil de **big data & AI analyst**, el de **CDO & Digital director** y el de **especialista en SEM & SEO** ocupan el podio de los perfiles que las empresas españolas quieren contratar tras el impacto de la pandemia y el teletrabajo. El 10% de las compañías nacionales está dispuesto a contratar analistas de **big data** e inteligencia artificial que, según Inesdi Business Digital School, pueden percibir una retribución bruta anual de entre **45.000 y 65.000 euros anuales**. Un 7% de las empresas españolas reclama directores digitales, con un sueldo bruto anual que oscila entre **90.000 y 200.000 euros** al año; mientras que un 5% de las compañías pide especialistas en SEO y SEM, un perfil que cotiza, según Inesdi, entre **25.000 y 32.000 euros brutos** anuales.

## Big data & Analyst

El analista de **big data** e inteligencia artificial da sentido y significado a los datos que se recogen en los proyectos de integración de **big data**. Además, se dedica a gestionar y mejorar la calidad de los datos; a transformarlos en información relevante y útil para la compañía. Entre sus funciones está gestionar los datos y su infraestructura, pero también la gestión del conocimiento y las bases de éste; liderar los planes de análisis de datos en redes sociales, operadoras de telecomunicaciones, o comercio electrónico. Se les exige conocimientos de programación y específicos en las bibliotecas de análisis de datos, y conocimientos técnicos avanzados sobre herramientas de inteligencia artificial.

## CDO & digital director

Un director de transformación digital y **hacker** corporativo define e implanta la estrategia digital en la empresa para asegurar que se consiguen los objetivos de negocio digital estableci-

dos. El CDO lidera además la cultura de gestión del cambio junto con la dirección de recursos humanos para conseguir una organización ágil e innovadora, flexible, conectada, colaborativa, abierta y **data driven**.

El que se denomina **hacker** corporativo presenta un perfil capaz de acelerar la transformación, impulsar la innovación de base tecnológica, junto a la dirección de IT para desarrollar modelos de negocio disruptivos. Estos profesionales deben liderar los proyectos de transformación digital de la compañía, acelerar los proyectos de gestión del cambio cultural y **data driven**, supervisar el correcto funcionamiento y los plazos de entrega de los servicios y productos digitales, y guiar, formar y retener un equipo de profesionales dinámico y orientado a la disrupción y nuevas tecnologías.

Las empresas exigen a estos profesionales conocimientos de gestión orientada al negocio, **marketing-on** y **off-** y tecnologías digitales y exponenciales, así como experiencia en la creación, implantación y monitorización de estrategia digital, pero tam-

bién en metodologías ágiles y de innovación. Deben de tener un perfil innovador y de emprendimiento.

## Especialista en SEO y SEM

A los especialistas en **márketing** en motores de búsqueda (**SEM**) y optimización para motores de búsqueda (**SEO**) se les exige tener conocimientos en **Google Adwords** y **Yahoo Search Marketing**, experiencia en herramientas de medición online (analítica digital), recopilación y análisis de los datos de búsqueda y métricas sobre las que basar la toma de decisiones; y en algoritmos y penalizaciones de Google, HTML, CSS, lenguajes de programación y gestores de contenidos. También deben saber cómo funcionan los buscadores (indexación, **crawl**eo, posicionamiento y accesibilidad).

Su misión es definir y crear campañas de pago en buscadores basadas en palabras clave, orientadas a la conversión y consecución de objetivos del

Publicación	Expansión General, 64
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	30 508
Difusión	20 661
Audiencia	131 000

Fecha	31/10/2020
País	España
V. Comunicación	63 348 EUR (73,946 USD)
Tamaño	459,35 cm <sup>2</sup> (73,7%)
V.Publicitario	11 315 EUR (13 208 USD)



< VIENE DE PÁGINA 1

sitio web; y mejorar el posicionamiento orgánico en buscadores e incrementar el número de visitas del sitio. Entre sus funciones está el desarrollo de la estrategia para las campañas de marketing en buscadores de pago; el seguimiento y análisis de los datos arrojados por las campañas para identificar oportunidades de optimización; o el trabajo con los equipos de ventas y cuentas para generar nuevas campañas de búsqueda y la gestión, seguimiento y análisis de estrategias y acciones SEO (Search Engine Optimization).

### CTO

Un CTO (director de transformación digital y tecnología o *chief technology officer*), que puede ganar entre **80.000 y 150.000 euros** brutos anuales, define e implanta la estrategia tecnológica en la empresa, garantizando al mismo nivel la arquitectura, transacción y operación, la seguridad e innovación de negocio. También debe definir e implantar la estrategia digital en la empresa, como resultado del proceso de transformación digital, y ha de impulsar tecnologías exponenciales que potencien modelos de negocio disruptivos.

Desarrollan asimismo la cultura de gestión del cambio hacia una organización ágil e innovadora, y *data driven*. El CTO guía los proyectos de transformación digital y tecnológica de la compañía, y la arquitectura tecnológica, de aplicaciones, *big data*, de seguridad y legal. Desarrolla el modelo *cloud* de la compañía y supervisa el correcto funcionamiento y plazos de entrega de los servicios, productos y proyecto digitales. Además, es responsable de liderar, formar y retener un equipo de profesionales dinámico y orientado a la disrupción y nuevas tecnologías. A los CTO se les exige el conocimiento de sistemas de información, tecnologías digitales y exponenciales, así como de negocio, y experiencia en planificación, implantación, gestión y monitorización de proyectos y planes de sistemas de información y estrategia digital.

### Analista digital

Los analistas digitales más demandados deben tener un perfil técnico y tecnológico con amplios conocimientos de marketing y estrategia de negocio, y dotes comunicativas para informar sobre los resultados de medición cuantitativos y cualitativos. Estos profesionales, cuya retribución según *Inesdi* oscila entre **35.000 y 65.000 euros** brutos al año, dan sentido y significado a los datos recopilados a través de las distintas herramientas de medición online (*site centric* y *user centric*), y formulan 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.

### Digital marketing manager

Se les exige una titulación vinculada al marketing, la comunicación o la publicidad y que sean capaces de comprender los conceptos de marketing más actuales, así como de estrategia digital, tecnología, metodologías y buenas prácticas. Han de dominar he-



rramientas de CRM, *big data*, bases de datos y analítica digital, y también conocer las tecnologías exponenciales, *tecnocreatividad* e inteligencia artificial aplicada al marketing. Se valora asimismo la experiencia en la gestión de acciones tácticas enfocadas al *inbound marketing* y al *funnel* o embudo de conversión, y al *e-mail marketing*, redes sociales, SEO, SEM, Social Ads y afiliación.

Los responsables de marketing digital, que pueden ganar entre **50.000 y 80.000 euros** al año, crean, definen y ejecutan el plan de marketing digital de la compañía; gestionan y supervisan la estrategia de marketing digital y asignan presupuestos a las disciplinas asociadas (*inbound marketing*, *social media marketing*, SEM, o *e-mail marketing*).

### Trafficker digital

Estos expertos en gestión de campañas y tráfico online diseñan, planifican, ejecutan y miden las campañas de publicidad en las distintas plataformas digitales, redes sociales y Google. Además, compran y crean el tráfico online publicitario para convertirlo en conversiones. Se les exige una licenciatura o grado en publicidad, marketing o informática y conocimientos de gestión de plataformas de RTB, compra programática y de marketing para gestionar campañas; conocimiento sobre los principales *ad servers* del mercado, y experiencia en SEM para crear estructuras de grupos de anuncios. También se valoran las habilidades analíticas y de resolución de problemas.

El *trafficker* digital, cuyo sueldo bruto anual oscila entre **38.000 y 68.000 euros** al año, ejecuta campañas estratégicas para maximizar el rendimiento de la inversión y los ingresos.

### Community manager

Es responsable de la gestión de comunidades y redes sociales, y debe gestionar la comunidad de la marca, empresa o producto en Internet, actuan-

do como punto de enlace. Incrementa el *engagement* de la marca con sus seguidores para ganar visibilidad y mejorar su reputación, y fomenta la comunidad de la organización en las redes sociales, al tiempo que escucha y responde las conversaciones con la marca que se producen en las redes sociales, y detecta menciones sobre la empresa y tendencias de conversaciones.

Estos dinamizadores de los contenidos digitales que gestionan las quejas y los comentarios de los clientes pueden ganar entre **25.000 y 45.000 euros** brutos anuales, y deben tener conocimientos en comunicación, marketing, ventas, publicidad o periodismo. Se les exige además una comunicación asertiva, buena redacción, capacidad de síntesis y alta capacidad de interlocución, así como habilidad para implicar de forma activa a grupos de usuarios.

### SEO content manager

Al responsable de contenido digital multiformato con conocimientos se le exige capacidad de redacción, sintaxis y comprensión de entornos de comunicación digitales; optimización SEO; conocimiento de los distintos formatos de publicaciones; y conocimientos avanzados de plataformas y gestores de contenido.

La misión de estos profesionales es definir e implantar la estrategia, plan y calendario de los contenidos que desarrollará la organización para su web, blogs, redes sociales o cualquier otro soporte, tanto propio como ajeno. También tendrán que obtener un contenido de calidad, original, optimizado, con la frecuencia adecuada y que aporte valor. Son asimismo los responsables de implementar y seguir un calendario de publicación, desarrollando el contenido en función de las metas y objetivos de la empresa, previamente definidos en la estrategia. Además, han de optimizar los contenidos para SEO, y hacer un seguimiento de KPI. Su sueldo bruto anual oscila entre los **25.000 y 40.000 euros** brutos anuales.

### Especialista inbound marketing

Un especialista en marketing de atracción puede cobrar entre **25.000 y 45.000 euros** brutos al año. Su misión es 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. Define la combinación de acciones de marketing digital para que el usuario se sienta atraído por los productos o servicios ofrecidos y establezca contacto. Estos profesionales deben comprender los ciclos de compra, objetivos, KPI y segmentos de mercado en crecimiento para la optimización de resultados. Se les exige conocimiento sobre captación de atención, atracción y conversión de los visitantes al *site* de la compañía y gestión de *landing pages*; capacidad analítica para entender el comportamiento del usuario online; experiencia en redacción de contenidos; y dominio de herramientas de marketing online, bases de datos y CRM.

### Social media manager

Es responsable de la estrategia en medios sociales y de crear, desarrollar e implantar la estrategia de redes sociales. Con un sueldo bruto anual de entre **35.000 y 50.000 euros**, este profesional debe actuar como la voz de la empresa de puertas afuera y como la voz del cliente de puertas adentro, planificando la estrategia de presencia de la marca en los medios sociales, para dotar a sus productos o servicios de personalidad y buena reputación en la red. También diseñan y redactan los diferentes protocolos de comunicación y gestión de crisis en las redes sociales a la vez que coordinan al equipo de *community managers*. Se les exige formación en disciplinas afines a comunicación y un conocimiento profundo de los medios sociales, recursos y herramientas disponibles, así como visión estratégica y alta capacidad de análisis. Se valora asimismo experiencia en identidad corporativa y en gestión de crisis, y capacidad de adaptación al cambio y toma rápida de decisiones.

### Digital account manager

El ejecutivo de cuentas digitales gestiona las cuentas de los negocios digitales y desarrolla acciones de captación de clientes. Estos profesionales, cuya retribución oscila entre **45.000 y 60.000 euros** brutos anuales, definen y crean propuestas digitales, coordinan las campañas de la cartera de clientes y crean cuadros de mando, monitorizando y siguiendo KPI, evaluando resultados y detectando oportunidades. Deben tener conocimientos y competencias de planificación, manejo de agenda y tiempos, capacidad de anticipación y han de estar enfocados hacia el cliente.

### E-commerce manager

Este responsable de negocio digital crea, define y ejecuta el plan de negocio digital de la compañía; gestiona los nuevos modelos de negocio digital y su ROI. Entre sus principales funciones está definir y guiar 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 o analítica. También ha de coordinar los equipos de trabajo internos y externos en las diferentes áreas digitales (contenido, *Social Media*, SEO, SEM, CRM, *pricing*), y debe gestionar los KPI clave de la tienda online y el desarrollo del negocio. Se les exige una gran comprensión de Internet, plataformas digitales e innovación tecnológica y los modelos de negocio asociados a nivel internacional; conocimiento de las mejores y más actuales técnicas del *social selling* y de marketing digital, así como de estrategia digital, tecnologías y metodologías ágiles; conocimientos sobre tecnologías exponenciales, *tecnocreatividad* e inteligencia artificial aplicada al marketing. El sueldo bruto anual de estos profesionales oscila entre **70.000 y 100.000 euros**.

### Digital communication manager

Los responsables de comunicación digital y desarrollo de marca pueden cobrar entre **50.000 y 100.000 euros** brutos al año y han de tener un grado en comunicación, marketing, publicidad o estudios afines y habilidades en comunicación y negociación, con un alto nivel de interlocución. Estos profesionales dan a conocer y potencian en el mercado la identidad, imagen y marca de la organización a través de los diferentes canales y relaciones con *stakeholders*.

Establecen relaciones de colaboración con socios y clientes y construyen y velan por la marca y reputación corporativa de la empresa.

### Product owner & scrum master

El experto en metodologías ágiles percibe una retribución bruta anual de entre **35.000 y 45.000 euros**. Transmite las necesidades de los clientes a los equipos para desarrollar los productos más convenientes en cada caso. Actúa como facilitador para conseguir el mejor trabajo posible en los equipos a través del uso de metodologías ágiles. Se le exigen conocimientos de metodologías ágiles y *scrum*, planificación y gestión de proyectos o manejo de herramientas de gestión de proyecto, como *Jira* o *Wrike*.