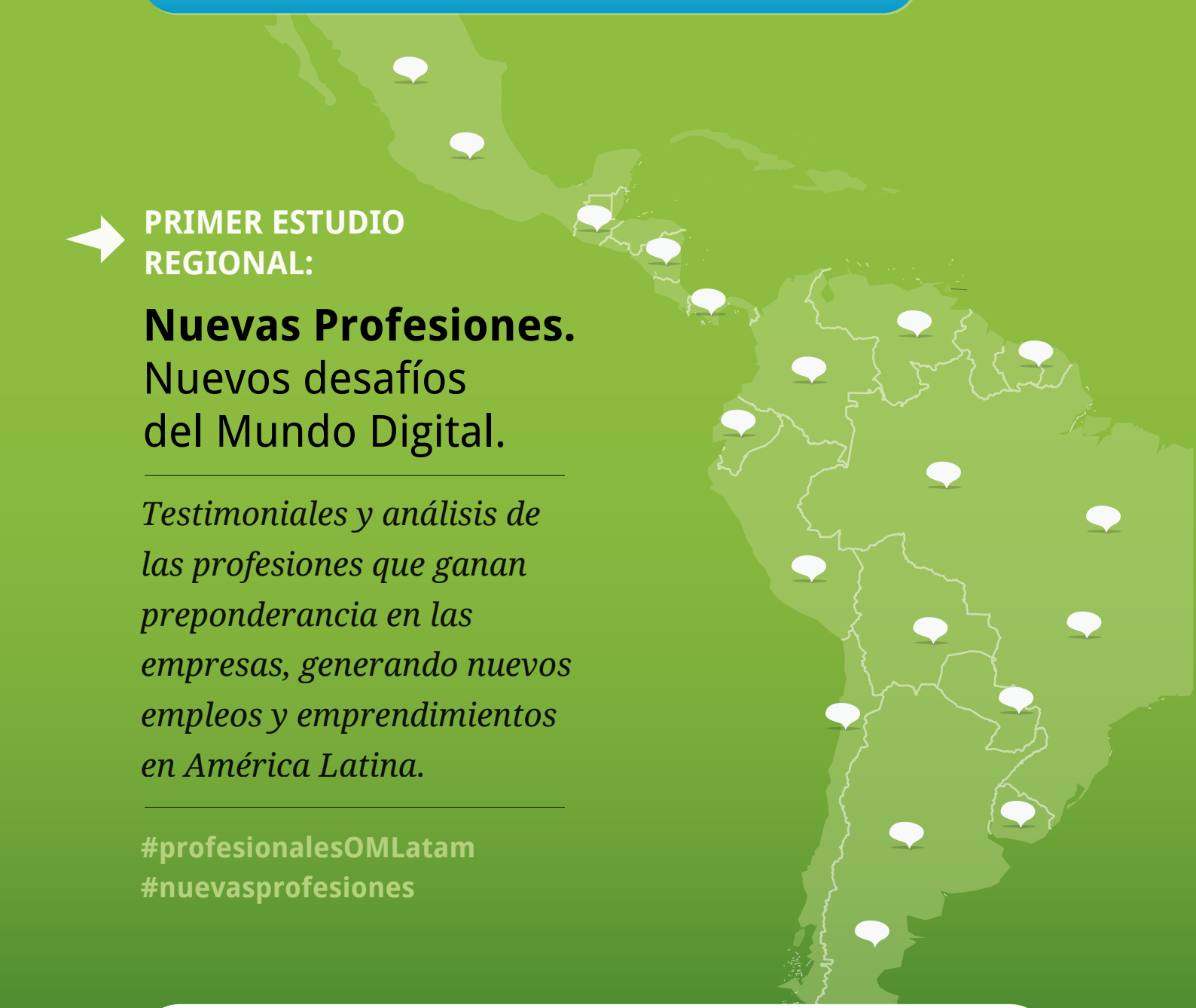
OmLatam
www.omlatam.com

Marketing Digital. Profesionales en Latinoamérica



**PRIMER ESTUDIO REGIONAL:**

# Nuevas Profesiones.
## Nuevos desafíos del Mundo Digital.

*Testimoniales y análisis de las profesiones que ganan preponderancia en las empresas, generando nuevos empleos y emprendimientos en América Latina.*

**#profesionalesOMLatam**
**#nuevasprofesiones**

**SPONSORS:** travelocity Avianca

# ÍNDICE


**Introducción** 3

**Metodología y convocatoria** 4

Ranking de países 5

Nivel de formación de los participantes
Posiciones más curiosas 6

Los cargos más mencionados 7

**Testimonio Destacado** 9

**Testimonios** 10

**Conclusiones** 15

**Glosario** 17

**Acerca de OM Latam** 18

# INTRODUCCIÓN

Este informe es una iniciativa de OM Latam para reunir en un mismo documento testimonios de profesionales para, a partir de estos, llevar adelante un análisis sobre lo que llamamos “las nuevas profesiones” asociadas al Marketing Digital. El mayor desafío de los profesionales vinculados al Marketing Digital parece ser explicar a amigos, familiares y otros (,entre otros,) a qué nos dedicamos y a su vez que entiendan el alcance de nuestra profesión. Desde OM Latam pensamos que era necesario relevar el testimonio de profesionales del sector para así poder recrear un estado de situación sobre las nuevas profesiones.

Decidimos llamar a este estudio cualitativo "***Nuevas Profesiones. Nuevos Desafíos del Mundo Digital***”. Pensamos que el mismo es un instrumento para comunicar lo que hacemos y cómo encaramos nuestra tarea cotidiana los diferentes profesionales en toda la región.

Participaron respondiendo el cuestionario 756 profesionales, de 20 países diferentes. Los testimonios más representativos fueron seleccionados y recopilados en un documento especial. Invitamos a distribuirlo y compartirlo.
El mercado online va creciendo de manera continuada en Latinoamérica y la demanda de nuevos profesionales es inmensa. Desde el 2010, se observa un incremento un incremento en los anuncios de ofertas de trabajo de empleos relacionados con las nuevas profesiones. Algunas posiciones como community manager, gerente de marketing online y el analista web se perfilan con proyección y demanda.

Estos datos surgen del análisis de las ofertas laborales publicadas en el sitio de nuestra red social, nuestro perfil en Twitter y nuestro grupo en Linkedin. Además de manera personal recibimos gran cantidad de consultas, tanto de empresas, postulantes como consultoras. Nos hemos convertido en un nexo importante entre la oferta y demanda de trabajo.

# METODOLOGÍA Y CONVOCATORIA

**OM Latam realizó una encuesta entre adultos de Latinoamérica**, profesionales reunidos en su comunidad, principalmente de Latinoamérica o ejerciendo funciones para la región. La misma se llevó a cabo **entre diciembre de 2010 y enero de 2011**. El único requisito demandado era el haber o **estar desempeñando actividades vinculadas al marketing online.**

**Técnica utilizada:** encuesta online utilizando la plataforma de SurveyMonkey.

**Definición del entrevistado:** Hombres y Mujeres de 18 o más años, integrantes de la Comunidad de OM Latam.

**Procedimiento de Captura:** Cuestionario de 10 preguntas abiertas y cerradas en plataforma en Línea.

**Plaza:** si bien no estaba acotado, por la característica propia del idioma y comunidad, estaba principalmente dirigido a países de Latinoamérica.

**Participantes totales:** **756.**

La invitación a participar y responder el cuestionario fue **cursada vía email y publicada en perfiles de OM Latam (Sitio web, Facebook, Twitter y Linkedin).**

**Actividad de campo:** Diciembre de 2010 y Enero de 2011.

**Sorteo de Premios:** - cortesía de Travelocity y Avianca entre quienes respondieron el cuestionario.

**Selección de testimonios:** representativos entre las respuestas de los participantes.

Si bien el objetivo principal era reunir testimonios, muchas de las respuestas obtenidas fueron ponderadas con el fin de representar el escenario de los profesionales latinoamericanos:

- NIVEL DE FORMACIÓN
- TIPO Y VARIEDAD DE POSICIONES
- PAÍSES PARTICIPANTES

# Ranking de países por nivel de participación en la encuesta

Si bien el informe está **orientado a profesiones en Latinoamérica**, dejamos **abierta la participación** para responder el cuestionario **a todos los países**. Es por esto que, por ejemplo, España y Estados Unidos, se encuentran en el 8º y 9º puesto respectivamente del ranking. Países como Inglaterra e Israel si bien figuran dentro de los 20 países, cuentan con un bajo porcentaje, lo que los hace, a su vez, de un menor nivel representativo.

**Argentina, Colombia y México son los 3 principales**, coincidiendo esto con la conformación de la comunidad de OM Latam.

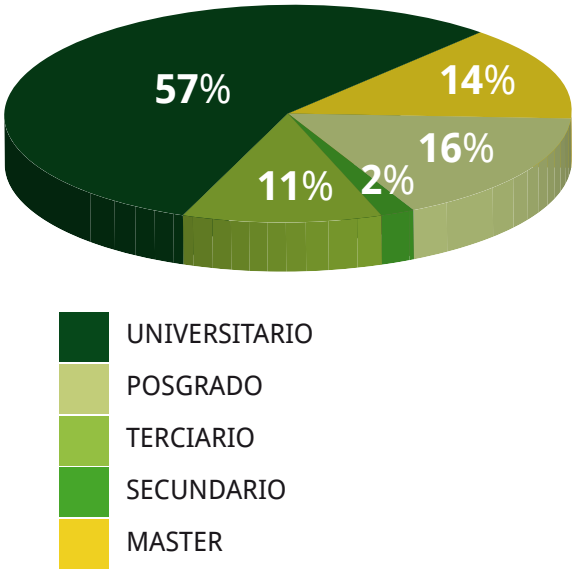
| | |
|---|---|
| 1 | ARGENTINA |
| 2 | COLOMBIA |
| 3 | MÉXICO |
| 4 | CHILE |
| 5 | PERÚ |
| 6 | VENEZUELA |
| 7 | ECUADOR |
| 8 | ESPAÑA |
| 9 | ESTADOS UNIDOS |
| 10 | BOLIVIA |
| 11 | GUATEMALA |
| 12 | PARAGUAY |
| 13 | URUGUAY |
| 14 | REP. DOMINICANA |
| 15 | BRASIL |
| 16 | PUERTO RICO |
| 17 | COSTA RICA |
| 18 | INGLATERRA |
| 19 | ISRAEL |
| 20 | PANAMÁ |

# Nivel de Formación

Dado que el estudio y cuestionario estaba enfocado a relevar el estado de situación de los profesionales abocados al marketing digital, uno de los principales factores a evaluar era el nivel de formación de los participantes. Cabe destacar en este punto, que fue una sorpresa comprobar el alto nivel de formación de los participantes.

Algunas consideraciones

- **Se observó un alto porcentaje de participantes que indicaron Nivel Universitario Completo, rondando el 57%**
- **Un total de 30% indicó haber realizado un posgrado y/o master**
- **Solo un 2% tiene únicamente completo estudios secundarios.**




# Posiciones más curiosas

De todas las respuestas obtenidas en el cuestionario y como parte de los testimoniales, nos pareció interesante destacar algunas de las posiciones más “curiosas”, o bien que por su denominación despiertan la curiosidad de aquellos que no están familiarizados con el marketing digital.

- **CONTENT STRATEGIST**
- **INNOVATION MANAGER**
- **WEB OPTIMIZATION SPECIALIST**
- **ASESOR CREATIVO DIGITAL**
- **AUDIENCE MARKETING MANAGER**
- **HUNTER**
- **REDACTORA DE CONTENIDO DIGITAL**
- **SOCIAL MEDIA MANAGER**
- **PORTAL MANAGEMENT LEADER**

# Los cargos más mencionados

Dada la variedad de puestos que fueron declarados por los participantes, buscamos resumir una lista con diferentes niveles: desde Analista a Director, pasando por consultores y las diferentes especialidades mencionadas.

| ANALISTA |
|---|
| DE TRÁFICO |
| DE MARKETING DIGITAL |
| DE CANALES DIGITALES |
| DE COSTOS |
| DE MARKETING Y COMUNICACIÓN |
| ONLINE |
| DE MEDIOS DIGITALES |

| COORDINADOR |
|---|
| DE RESEARCH DIGITAL |
| DE CAMPAÑAS ONLINE |
| DE OPERACIONES |
| DE PROYECTOS DIGITALES |
| DE PARTICIPATION MEDIA |
| DE PORTAL MANAGEMENT |

| JEFE |
|---|
| DE MERCADEO ONLINE |
| DE PERFORMANCE MARKETING |
| DE PRODUCTO |
| DE COMUNICACIONES EN LÍNEA |
| DE DISEÑO DIGITAL |
| DE CANALES DIGITALES |
| DE MÉTRICAS WEB |

| CONSULTOR |
|---|
| EN MEDIOS DIGITALES |
| EN SEO/SEM/SMO |
| EN WEBANALYTICS |
| EN MARKETING |
| EN EBUSINESS |
| EN VENTAS VIRTUALES |
| EN CANALES ALTERNATIVOS |

| **GERENTE** |
| --- |
| DE MERCADOTECNIA / MARKETING |
| DE UNIDAD DE NEGOCIO |
| DE ANUNCIANTES |
| DE ESTRATEGIA COMPETITIVA |
| DE AFFILIATE MARKETING |
| DE PROYECTOS DIGITALES |
| DE AUDIENCIAS |
| DE SOCIAL MEDIA |

| **DIRECTOR** |
| --- |
| MULTIMEDIA |
| CREATIVO DIGITAL |
| COMERCIAL |
| DE MARKETING DIGITAL |
| DE MARKETING SOCIAL |
| DE PROYECTOS DIGITALES |
| DE E-MARKETING |

Testimonio destacado

# NADINA NIEMETZ

Buenos Aires, Argentina
Empresa: **Travelocity**
Posición: **Media Sales Manager, South & Central América**

*Si bien me encuentro basada en Buenos Aires, mi oficina ha pasado a ser cualquier lugar del mundo al que pueda ir con mi celular.*

Me encuentro a cargo de la generación de negocios de publicidad online y la relación directa con marcas, anunciantes y agencias de medios de Latinoamérica.

Mi trabajo consiste tanto en conservar y hacer crecer las actuales cuentas, como en desarrollar nuevas alianzas estratégicas comercializando los sitios globales de Travelocity (travelocity.com, travelocity/la, travelocity.com.ar, travelocity.com.mx, Lastminute, IgoUgo, Zuji, Allhotels.com, SabreVirtually-There).

Si bien me encuentro basada en Buenos Aires, mi oficina ha pasado a ser cualquier lugar del mundo al que pueda ir con mi celular. Tengo la suerte de conocer muchos países acompañada por el gnomo y sin dudas la mejor experiencia ha sido en Colombia cuando desembarcamos en el Aero-puerto de Bogotá y una mujer se nos abalanzó gritando: “¡Crecí con el Gnomo y no puedo creer encontrarlo acá! ¿¡Puedosacarme una foto!?” Nada importó el cansancio del viaje, la vida de una celebrity es así... ¡y el Gnomo lo sabe!

Testimonios

## Roger Federico Rybak

Buenos Aires, Argentina
Empresa: **Mediabrands**
Posición: **Research Analyst**

Medir e investigar es una parte fundamental del trabajo en el marketing digital, aunque en general suele ser mucho más desafiante cuando se trata de entender el impacto de las marcas en los consumidores. Por eso nos parece interesante destacar la posición de Roger, cuyo puesto es de Research Analyst en la empresa MediaBrands.

> *Realizo la coordinación de proyectos dentro del equipo de research lo que entre otras cosas implica la generación y análisis de presentaciones sobre el comportamiento de audiencias y targets, tendencias en medios, inversión publicitaria, creatividad e innovación destinadas a clientes internos y externos*

> *Participo en la colaboración y generación de nuevos negocios, organización de capacitaciones internas y externas. Parte de mis responsabilidades incluyen el seguimiento de indicadores y noticias sobre el mercado publicitario, medios y tendencias, junto con la comunicación corporativa a partir de la elaboración de contenidos prensables dirigidos a clientes internos y externos. Administración del archivo de creatividad en medios.*

## Gabriela Pintos

Buenos Aires, Argentina
Empresa: **Clarín (Agea)**
Posición: **Líder tecnológico**

En los proyectos de marketing digital, la tecnología ocupa un lugar neurálgico. No solo por su papel de soporte de contenidos, sino también por su rol en la innovación. En inglés, hay quienes hablan del rol de “Marketing Technologist”,  es decir, la persona que puede lograr una intersección entre conocimiento de tecnología y mercadeo. Pensamos que en los próximos años cada vez se verán más puestos que ayuden a lograr una interfase entre las diferentes áreas vinculadas con la comunicación web, similares al de Gabriela, que cuenta:

> *Mi función principal consiste en coordinar el trabajo entre la redacción online y papel, diseño, marketing, ventas, proveedores y el área de desarrollo en sistemas.*

Trabaja desde su oficina

## Fernando Martinez

Bogotá, Colombia
Empresa: **Zemoga**
Posición: **Online Marketing Manager**

En cualquier campaña de marketing digital, la optimización de sitios web para motores de búsqueda (SEO, siglas que provienen del inglés “Search Engine Optimization”) juega un rol fundamental.

El trabajo, para quienes no lo conocen, consiste en optimizar el contenido y maximizar la repercusión de los documentos en la web con el objetivo de lograr mejores posiciones en los resultados de búsqueda.

*Trabajo en una agencia principalmente creando estrategias de SEO y analizando el desempeño de los sitios y de estas estrategias. Todo el equipo de la agencia está compuesto por unas 150 personas.*

## Laura Faehndrich

Pichincha, Ecuador
Empresa: **SNV**
Posición: **Gerente Regional de Comunicaciones y Marketing para Latinoamérica**

Hoy quien se ocupa de las comunicaciones de una empresa debe tener muy en cuenta al canal digital. Los medios sociales proveen un lugar en el que se puede tener repercusiones rápidas de cualquier acción de comunicación.

Trabaja desde su oficina.

*Somos 7 personas dentro de mi equipo. Me ocupo de todo lo que es comunicaciones internas y externas y marketing para SNV Latinoamérica*

## Mariano Balcarce

New York, Estados Unidos
Empresa: **Vivastreet**
Posición: **Business Development**

El negocio de las aplicaciones web ha estado en permanente crecimiento en los últimos años. Existen diferentes modelos de negocio, algunos usan el modelo de pago por uso que pretende tener el grueso de sus ingresos mediante el cobro de una tasa a sus usuarios. Otro modelo muy popular de monetización es el que no cobra nada por el uso de la aplicación pero apela a la publicidad como medio para generar ingresos. El caso de Vivastret es uno de ellos, y por eso el rol de Mariano es clave para el negocio:

> *Estoy encargado del desarrollo general de Vivastreet, y desde la parte comercial hasta publicidad con un equipo de 45 personas.*

> *Nuestro portal cuenta con presencia en numerosos países y nuestro equipo posee empleados de una gran variedad de nacionalidades*

Trabaja desde sus oficinas en Nueva York y Londres

## Jose Kontreras

Guatemala, Guatemala
Empresa: **iLifebelt.com**
Posición: **Senior eMarketing Specialist**

Hace algunos años la barrera de entrada para hacer una empresa era relativamente alta, en la mayoría de los casos había que invertir en bienes materiales, máquinas u oficinas. Hoy no se requiere de una gran estructura para montar una empresa online.
El lugar es lo de menos, es posible trabajar desde un café o desde la propia casa. Y en cuanto a la necesidad de contratar empleados, muchos lo resuelven mediante la tercerización de parte del trabajo a personas free lance. Un ejemplo de eso es la actividad de José, que dice:

> *Mis funciones son trabajar el posicionamiento web SEO , implementar campañas de SEM , realizar campañas de email marketing y asesorar a las personas que desean utilizar internet como medio de promoción de sus productos. Actualmente trabajamos un diseñador web, un programador, un especialista SEO y dependiendo de cada proyecto subcontratamos al especialista o servicio que se requiera.*

> *Por la naturaleza de mi trabajo mismo no necesito estar ubicado en un lugar en especial*

Trabaja principalmente desde su casa

## Fernando Ramírez

Nuevo León, México
Empresa: **Naranya**
Posición: **Innovation Manager Manager**

El marketing digital cambia y evoluciona en forma permanente. Por eso es clave poder tener espacio para investigar y probar cosas nuevas. En Google es sabido que los empleados deben trabajar un 20% de su tiempo en proyectos nuevos para fomentar la innovación, que en su momento fue responsable de que se generase Gmail, Google News, Google Reader y varios proyectos más que hoy parecen indispensables. (Aunque muchos Googlers bromean con que eso termina sumando en total 120% del tiempo)

> *Soy responsable de investigar, analizar y desarrollar las estrategias de innovación tecnológica de la empresa*

Trabaja desde la oficina corporativa

## M.Lorena Flores Agüero

Lima, Perú
Empresa: **El Comercio**
Posición: **Community Manager**

La presencia de las marcas en medios sociales implica un espacio de comunicación que para muchos es nuevo, y es algo que pocos saben como encarar. Hay quienes asignan al equipo de Comunicación corporativa la responsabilidad de dialogar con los consumidores en la web. Pero sucede a veces que esos equipos no están capacitados aún para manejar algunas herramientas y para eso se ha apelado a un nuevo rol, el del community manager.

> *Soy miembro del equipo de Medios Digitales. Dado mi cargo de Community Manager estoy encargada de velar por el buen funcionamiento de La Comunidad de* **http://elcomercio.pe/comunidad** *red social formada por los lectores del diario. En mi equipo somos 5 personas.*

## Leonardo Bittan

Miami, Estados Unidos
Empresa: **HBO LATIN AMERICA**
Posición: **New Media Business DevelopmentManager**

Los medios tradicionales se reconvierten y encuentran nuevos modelos de negocios y de distribución de contenidos, adaptándose al nuevo consumidor multicanal, que consume medios en diversas plataformas y define cuando y como lo hace. Parte de la estrategia de los multimedios y generadores de contenido está vinculada a asociarse con partners que faciliten la viabilidad y el éxito del negocio tal como el puesto de Leonardo que muestra la búsqueda de innovación y adaptación a los nuevos mercados.

*Somos 5 personas las cuales formamos parte del departamento de New Business Development, en el cual se llevan adelante incoativas vinculadas con el desarrollo de nuevos medios. Nos vinculamos y gerenciamos el vinculo con proveedores y partners estratégicos .*

## Pedro Dagio

Distrito Federal, México
Empresa: **Dagio Consultores**
Posición: **Gerente de Proyectos**

Muchos emprendedores trabajan desde sus casas para ahorrar costos fijos. El trabajo descentralizado es una tendencia cada más fuerte en la industria digital.
Grandes empresas multinacionales están promoviendo el home office entre sus empleados, comenzando con un día por semana. A su vez, aprovechan esta modalidad para que sus empleados tengan puestos de trabajo aleatorios, utilizando sus notebooks corporativas y así lograr una reducción de costos.

*Trabajo desde una oficina en mi casa. Mi especialidad se focaliza en realizar análisis web, gerenciar nuevos proyectos de usabilidad, métricas, arquitectura y diseño web. Así mismo hago consultorías de posicionamiento web como SEM y SEO.*

# CONCLUSIONES

Muchos de los participantes mencionaron estar al mando de “Puestos Regionales”, es decir, que si bien sus funciones están basadas en una ciudad / país, tienen a cargo otros países de la región.

Un porcentaje menor de profesionales que no residen en países de Latinoamérica, respondieron el cuestionario indicando que tienen puestos cuyas funciones implican desarrollar tareas para Latinoamérica.
Se observó un llamativo y amplio espectro de posiciones: se contabilizaron al menos 100 diferentes.

Un común denominador en la mayoría de los casos es la utilización de términos anglosajones para nombrar el puesto y definir la actividad.

La palabra más mencionada a lo largo de los testimonios y el cuestionario fue SEO.
Si bien la mayoría de los participantes declaró que trabaja desde una oficina corporativa (80%), es interesante destacar que un amplio número indicó que realiza sus tareas de manera alternada entre su oficina y la casa.
Las profesiones más independientes o de tipo free-lance están asociadas a SEM, Consultor SEO o Contenidos.

Fue revelador el alto nivel de formación de los participantes, siendo destacable que un 30% de ellos declaró poseer un posgrado y/o master.
Por último, es interesante agregar, que los profesionales participantes mencionaron una amplia diversidad de empresas para las cuales desarrollan tareas, entre las cuales también se mencionaron multinacionales, empresas regionales, pequeñas y medianas empresas, así como también profesionales independientes.

# GLOSARIO

**Email Marketing.** Se refiere a las campañas o acciones de marketing online que utilizan el e-mail es decir el envío de mensajes y piezas a través de correo electrónico para relacionarse con clientes y prospectos.

**SEM**. Sigla para *Search Engine Marketing*, esto es Marketing para Motores de búsqueda. En general se utiliza para nombrar las acciones de campañas pagas en Buscadores.

**SEO o Search Engine Optimization** se denomina a la serie de prácticas orientadas a posicionar un sitio en los resultados orgánicos o naturales para los términos relacionados con nuestros productos o servicios. También se lo conoce como posicionamiento natural.

**Posicionamiento web.** Está vinculado a posicionar un sitio o página web en Internet, si bien está vinculado principalmente a lograr mayor visibilidad en buscadores. Posicionar en Buscadores. Utilizar los resultados pagos y orgánicos para generar visitas calificadas a nuestro sitio o página.

**Usabilidad.** El término esta vinculado a la facilidad de uso de un sitio o pagina web o aplicación.

# ACERCA DE OMLATAM

**OM Latam** (http://onlinemarketinglatam.com) es la red social de profesionales de marketing interactivo de América Latina. Fue fundada por **Lorena Amarante** y **Gabriela Balsells** en junio de 2008 para generar un ámbito donde canalizar inquietudes, sinergias e interacción entre los profesionales de esta creciente actividad. **Nuclea a más de 10.000 profesionales de Argentina, Colombia, Chile, España, México y Perú**, en los diferentes canales de los que forma parte: Red OMLatam, Grupo de Linkedin y la Página de Facebook.

OMLatam ayuda a los profesionales del marketing digital a desarrollar sus carreras, mediante la difusión de ofertas laborales, eventos y capacitación. Por otro lado, permite a empresas encontrar y formar al talento digital.

**Datos de contacto**
Prensa OM Latam
**prensa@omlatam.com**