

# Competencias clave y habilidades para el empleo en la gestión de contenidos digitales

Jorge Franganillo



Informe presentado en el  
**DARIAH Annual Event 2024**

Taller «Emerging job profiles  
for DH Graduates: bridging gaps  
between industry and education»

Lisboa, 18 de junio de 2024



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Facultat d'Informació  
i Mitjans Audiovisuais

## **Resumen**

Este informe explora el panorama actual y las tendencias emergentes en el mercado laboral de la gestión de contenidos digitales, destacando la creciente demanda de competencias tanto específicas como transversales. Se identifican roles clave como diseñador web, analista web y gestor de redes sociales, y se subraya la importancia de la autonomía y la iniciativa personal para sobresalir en un entorno competitivo. Se enfatiza la necesidad de dominar herramientas tecnológicas como *WordPress* y la inteligencia artificial, técnicas como el SEO y la analítica digital, así como las habilidades lingüísticas y comunicativas, siendo el inglés un requisito indispensable.

El informe detalla cómo el máster en Gestión de Contenidos Digitales de la Universitat de Barcelona prepara a los estudiantes para este sector dinámico a través de proyectos prácticos y colaboraciones con organizaciones reales, culminando en un trabajo final que puede servir como trampolín profesional. Se ofrecen consejos estratégicos para la búsqueda de empleo, resaltando la importancia de un portfolio digital y una presencia *online* activa. Además, se discute el papel de las redes profesionales y la actualización constante de habilidades en plataformas como *LinkedIn*.

La transición hacia la consolidación como profesional autónomo o *freelance* se presenta como una opción factible, siendo las prácticas extracurriculares un elemento crucial en el proceso de adquirir experiencia. Finalmente, se examinan las competencias transversales más valoradas, tales como la creatividad, la capacidad de autoaprendizaje, la negociación y el liderazgo, así como la competencia numérica esencial para el análisis de datos. El informe concluye con los resultados de una encuesta que refleja las habilidades más demandadas en relación con la inteligencia artificial, y proporciona una visión integral de cómo los titulados en Gestión de Contenidos Digitales pueden cerrar la brecha entre la formación y lo que demanda la industria.

## **Metodología**

El presente informe se ha elaborado siguiendo una metodología mixta que combina el análisis cualitativo con la recopilación cuantitativa de datos. En primer lugar, se ha realizado una síntesis integradora de las explicaciones proporcionadas por dos titulados del máster en Gestión de Contenidos Digitales durante una sesión de orientación profesional. Dicha sesión tuvo lugar el 3 de abril de 2024 en la Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals de la Universitat de Barcelona. Los puntos clave abordados incluyeron el mercado laboral actual en la gestión de contenidos digitales, las habilidades más demandadas y valoradas por las empresas, la preparación profesional que aporta el máster para trabajar en este campo, recomendaciones para la

búsqueda de empleo, herramientas y recursos útiles, y consejos para establecerse como profesional.

Para complementar y enriquecer esta información basada en la experiencia directa de los titulados, se llevó a cabo una encuesta online. Esta encuesta contó con la participación de 8 titulados del mismo máster, que aportaron su perspectiva sobre las competencias transversales y específicas más relevantes en sus puestos de trabajo, así como las habilidades relacionadas con el uso de herramientas de inteligencia artificial.

Los datos recogidos en la encuesta han sido analizados para presentar un resumen estadístico que refleja las tendencias y percepciones de los encuestados. Además, se ha incluido un comentario analítico de los resultados para proporcionar una visión más profunda de las competencias y habilidades que son cruciales en el ámbito profesional de la gestión de contenidos digitales.

Este enfoque metodológico permite no solo entender las competencias y habilidades desde la perspectiva teórica y académica, sino también captar la realidad práctica y aplicada que enfrentan los profesionales en el sector, ofreciendo así un panorama completo y actualizado que sirve de guía tanto para futuros graduados como para empleadores del área.

## 1. Mercado laboral de la gestión de contenidos digitales

El ámbito de la gestión de contenidos digitales es amplio y dinámico, y ofrece oportunidades en perfiles variados como especialista en UX/UI, diseñador web, analista web, estrategia SEO y gestor de redes sociales, entre otros. La demanda de estos profesionales es elevada debido a la transformación digital que viven las empresas, pero la competencia también es significativa.

Los graduados del máster en Gestión de Contenidos Digitales deben destacar por su **autonomía** y capacidad para asumir **proyectos independientes** y **multidisciplinares**. La formación recibida en el máster proporciona una base sólida, pero el mercado laboral requiere que los estudiantes continúen aprendiendo y desarrollándose por su cuenta. La actitud **autodidacta** y la **iniciativa personal** son cruciales para sobresalir.

A pesar de ser un perfil profesional relativamente joven, los titulados en este máster tienen la ventaja de ser nativos digitales con una **buena base en informática**, lo cual es altamente valorado por las empresas. Sin embargo, enfrentan el desafío de las ofertas de trabajo que exigen **años de experiencia** y conocimientos en **varios idiomas**, lo que puede ser contradictorio con la juventud.

Para superar la falta de experiencia laboral, es esencial que los estudiantes aprovechen las oportunidades de práctica dentro del máster para crear un **portfolio de proyectos**. Este portfolio puede ser un sitio web propio, un perfil en plataformas como *Behance* o *NicePage*, o la sección de proyectos en *LinkedIn*. Un portfolio bien elaborado puede compensar la falta de años de experiencia y demostrar las habilidades y la calidad del trabajo del candidato.

## 2. Habilidades más valoradas y demandadas

En el competitivo mercado de la gestión de contenidos digitales, las empresas buscan profesionales que no solo dominen **habilidades técnicas**, sino que también exhiban **competencias transversales** clave.

La capacidad de **trabajar en equipo** es fundamental, ya que es común participar en proyectos grandes y multidisciplinarios. Los empleadores valoran a quienes pueden colaborar eficazmente y aprender de sus compañeros.

La **iniciativa personal**, la **creatividad** y la **capacidad de generar nuevas ideas y soluciones** son altamente apreciadas. Las empresas buscan individuos que propongan ideas innovadoras, que no teman tomar la delantera en proyectos nuevos y que sean proactivos e innovadores, lo cual les proporciona una ventaja competitiva. Esta proactividad es una forma de aprendizaje y mejora continua.

El **autoaprendizaje** es crucial para mantenerse al día con los avances tecnológicos, y se recomienda la consulta de videotutoriales como método efectivo para la actualización constante. Las habilidades de **negociación** y el **liderazgo** se vuelven más relevantes con la experiencia y la madurez profesional. El liderazgo, en particular, se valora no solo para dirigir, sino también para asegurar que se respeten los derechos y el criterio personal del profesional, especialmente en entornos colaborativos y participativos como las reuniones de trabajo.

Desde una perspectiva técnica, es crucial tener un dominio sólido de **WordPress**, conocimientos avanzados de **SEO** y una comprensión de las **herramientas de inteligencia artificial** (IA) emergentes. La IA es una herramienta valiosa que, lejos de reemplazar a los profesionales, puede potenciar su trabajo y eficiencia.

Además, las **habilidades numéricas** son deseables para el **análisis de datos** y la interpretación correcta de la analítica web, especialmente en áreas cercanas al marketing donde el análisis de *engagement* y otros datos cuantitativos es fundamental.

El dominio de idiomas extranjeros, especialmente el **inglés**, ha pasado de ser un valor añadido a un requisito **indispensable**. En un entorno laboral globalizado, saber un **segundo idioma extranjero** puede ser un diferenciador importante. Además, las habilidades de **comunicación oral** y **escrita** son esenciales. La capacidad de redactar contenidos persuasivos y comunicarse de manera efectiva es muy valorada en el sector.

La **resolución de problemas** y la **toma de decisiones** son competencias que destacan a los profesionales resolutivos. Muchas veces, la solución a problemas comunes se encuentra con una simple búsqueda en *Google*, lo que se relaciona con la capacidad de trabajo autónomo. Mantenerse al día con las actualizaciones continuas de las **herramientas digitales** es esencial.

Finalmente, el trabajo presencial y el teletrabajo son dos modalidades que los profesionales deben manejar con soltura. La capacidad de interactuar de forma ágil con el equipo es una ventaja del trabajo presencial, mientras que el teletrabajo ofrece flexibilidad de horarios y ahorro en desplazamientos. Desarrollarse bien en ambas formas de trabajo es crucial para el desarrollo efectivo del **trabajo en equipo**, que actualmente implica desarrollarse bien tanto presencialmente como a distancia.

### **3. Preparación profesional**

El máster en Gestión de Contenidos Digitales está diseñado para equipar a los estudiantes con las competencias necesarias para enfrentarse a los desafíos del mercado laboral actual. La preparación se centra en una

**formación práctica y aplicada**, que abarca áreas como el diseño UX/UI, la creación de contenido web, la analítica digital, el SEO, el marketing digital y la gestión de redes sociales.

La metodología de enseñanza se basa en **proyectos prácticos** y en el **método del caso**, lo que permite a los estudiantes trabajar en situaciones que simulan desafíos reales del mundo profesional. La colaboración con entidades como Médicos Sin Fronteras o Phill Farmacias, proporcionan contextos reales donde los estudiantes pueden aplicar lo aprendido y reflexionar sobre las necesidades empresariales.

El máster fomenta el trabajo en **proyectos complejos** y de **largo recorrido**, lo que enseña a los estudiantes a **trabajar metódicamente por fases**, de forma incremental, y a implicarse profundamente en sus tareas. Esta forma inmersiva de trabajar es esencial en el mercado laboral, donde los proyectos suelen desarrollarse en etapas y requieren **compromiso** y **dedicación**.

El Trabajo Final de Máster (TFM) es un componente clave del programa, ya que requiere que los estudiantes **integren** y **apliquen** conocimientos de **todas las asignaturas** en un proyecto final. Aunque los estudiantes pueden no tener experiencia laboral al terminar el máster, salvo por la adquirida en las prácticas curriculares, la experiencia obtenida a través de los proyectos y el TFM es altamente valorada por el colectivo empleador.

#### **4. Recomendaciones para la búsqueda de empleo**

La búsqueda de empleo en el sector de la gestión de contenidos digitales puede ser un proceso desafiante, pero hay varias **estrategias** que los estudiantes pueden emplear para mejorar sus posibilidades de éxito:

- **Construir un portfolio sólido.** Es esencial que los estudiantes creen un portfolio digital que muestre sus proyectos y habilidades. Este puede ser un sitio web personal, un perfil en plataformas de diseño como Behance o NicePage, o incluso la sección de proyectos en LinkedIn. Un portfolio actualizado y bien presentado es una herramienta poderosa durante la búsqueda de empleo.
- **Desarrollar una presencia digital profesional.** La identidad digital de un candidato debe reflejar su perfil profesional y ayudar a diferenciarse de otros candidatos. Una marca personal fuerte y bien posicionada puede ser decisiva en situaciones competitivas.
- **Esmerarse en el TFM.** El TFM no es solo un requisito académico; es una oportunidad para demostrar compromiso y capacidad para llevar a cabo un proyecto de envergadura. Un TFM elaborado con esmero puede abrir puertas a oportunidades de financiación y reconocimiento profesional.

- **Aprovechar las prácticas.** Las prácticas curriculares y extracurriculares son fundamentales para adquirir experiencia práctica. Muchas veces, las prácticas pueden conducir a ofertas de empleo o, al menos, proporcionar una experiencia valiosa.
- **Explotar la originalidad y las habilidades únicas.** En lugar de pretender sobresalir en todo, los estudiantes deben centrarse en desarrollar y promover aquellas habilidades que los hacen únicos y valiosos para su puesto de trabajo.

## 5. Herramientas y recursos útiles en la búsqueda de empleo

La búsqueda de empleo en el campo de la gestión de contenidos digitales puede ser más eficiente y efectiva si se utilizan las **herramientas y recursos** adecuados:

- **Plataformas de prácticas y empleo.** Utilizar la plataforma propia de la universidad, como *GIPE* (Gestión Integral de Prácticas Externas), y explorar oportunidades en *LinkedIn* y otros portales de empleo especializados. Estas plataformas permiten a los estudiantes buscar prácticas remuneradas y ofertas de trabajo que se alineen con sus intereses y habilidades.
- **Contacto directo con empresas.** No dudar en contactar directamente a empresas de interés a través de sus sitios web o por correo electrónico. Ofrecerse para trabajar o realizar prácticas puede abrir puertas que no están disponibles en los canales tradicionales de búsqueda de empleo.
- **Bolsas de trabajo especializadas.** Considerar bolsas de trabajo más pequeñas y especializadas en lugar de las generalistas. Estas bolsas suelen tener menos competencia y ofertas más alineadas con los perfiles específicos de los estudiantes.
- **SIOF y otros servicios de empleo.** Para los titulados, servicios como el SIOF (Servei d'Informació d'Ofertes de Feina) de la Facultad pueden ser una fuente valiosa de ofertas de trabajo. Suscribirse a boletines y alertas de empleo puede mantener a los estudiantes informados sobre las últimas oportunidades.
- **Presencia digital y networking activo en espacios digitales.** La presencia digital es clave. Se recomienda que los estudiantes mantengan perfiles activos en *LinkedIn* y *YouTube*, no solo para cultivar una presencia digital, sino también para estar al tanto de cómo funcionan las nuevas herramientas tecnológicas a través de contenido educativo disponible en estas plataformas. Mantener un perfil de *LinkedIn* activo y actualizado es crucial. Interactuar con profesionales del mismo ámbito y participar en

discusiones puede aumentar la visibilidad y las oportunidades de ampliar la red de contactos.

- **Publicaciones y contenidos relevantes.** Publicar *posts* y comentarios centrados en el ámbito profesional en *LinkedIn* y otras redes sociales demuestra conocimiento y pasión por el campo, y puede influir positivamente en las decisiones de los empleadores.
- **Postularse a ofertas de empleo.** No hay que temer a inscribirse en ofertas de empleo, incluso si ya hay muchos candidatos o si no se cumplen todos los requisitos. Muchas veces, los empleadores buscan candidatos que se acerquen al perfil ideal, aunque no lo cumplan a la perfección.

## 6. Establecerse y consolidarse como profesional

Establecerse como profesional en el sector de la gestión de contenidos digitales requiere una combinación de **experiencia, habilidades y networking**:

- **Freelance vs. empleo tradicional.** Iniciar una carrera como *freelance* justo después de graduarse puede ser arriesgado debido a la falta de contactos y experiencia. Es más prudente considerar esta opción una vez que se haya establecido una red de contactos y se cuente con experiencia en el sector. Por otro lado, el empleo tradicional puede proporcionar una base sólida de experiencia y conocimientos.
- **Prácticas extracurriculares.** Las prácticas extracurriculares son una excelente manera de ganar experiencia profesional antes de graduarse. Aunque las condiciones económicas pueden no ser ideales, estas prácticas pueden llevar a oportunidades de empleo a largo plazo y ayudar a los estudiantes a salir con una ventaja en el mercado laboral.
- **Versatilidad de habilidades.** El máster enseña una amplia gama de habilidades que serán útiles en distintos momentos de la carrera profesional. La capacidad de aplicar estas habilidades en contextos diversos es un activo valioso.
- **Certificaciones y formación proactiva.** Obtener certificaciones de cursos gratuitos como los de Google en SEO o análisis web no solo resalta al candidato, sino que también demuestra su compromiso con la formación continua y la especialización en áreas relevantes. Estas credenciales, apreciadas por los empleadores, evidencian una actitud proactiva hacia el desarrollo profesional y la voluntad de anticiparse a las exigencias del sector. Apostar por estas oportunidades formativas es una jugada estratégica en la carrera profesional; muestra iniciativa e interés en el ámbito profesional propio.



- **Trabajo por proyectos y casos reales.** La experiencia en trabajo por proyectos y el método del caso preparan a los estudiantes para abordar tareas complejas y multifacéticas, una habilidad crucial para profesionales que buscan establecerse en su campo.

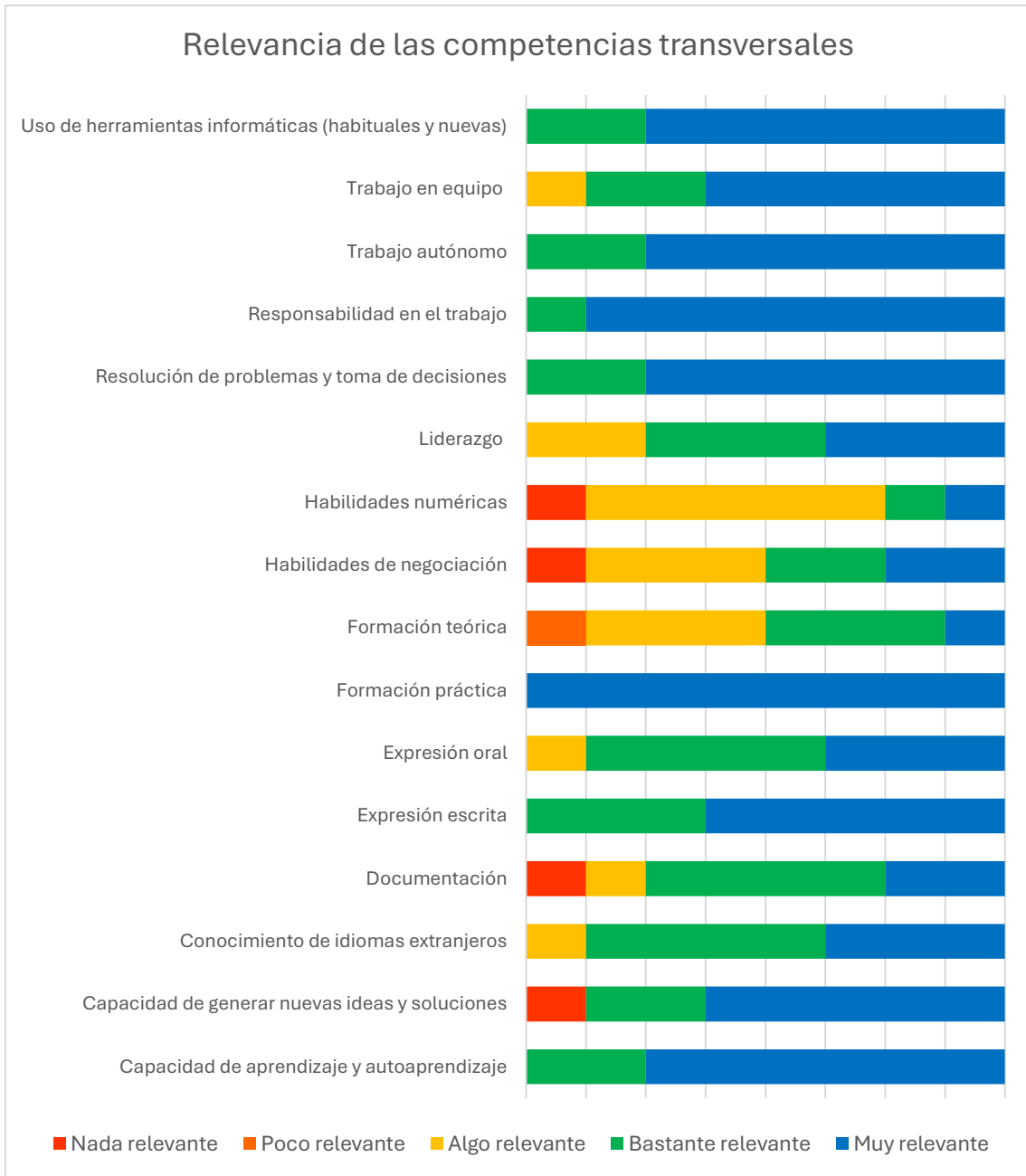
## **7. Competencias transversales y específicas: una mirada cuantitativa**

A continuación se ofrece un análisis detallado de las habilidades y los conocimientos que son fundamentales para el desempeño y la proyección profesional en el ámbito de la gestión de contenidos digitales.

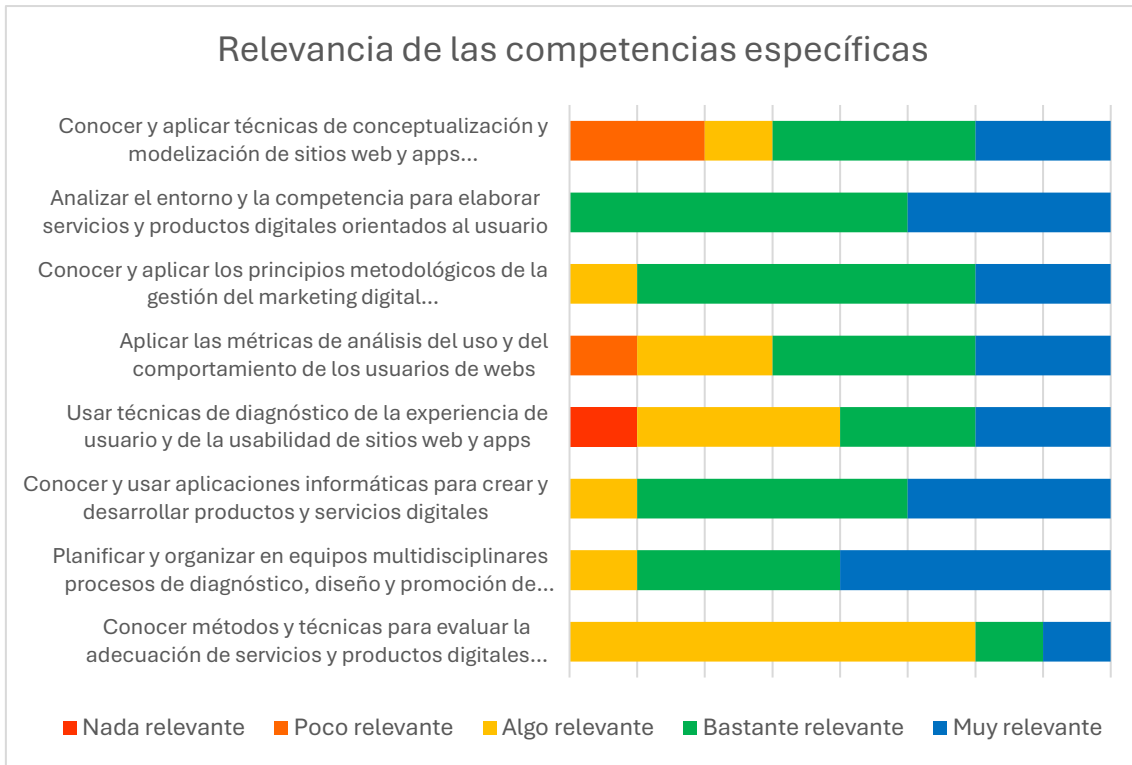
Este resumen estadístico, basado en las respuestas de profesionales del sector, destaca las competencias más relevantes en el puesto de trabajo, así como la importancia de la inteligencia artificial como herramienta de apoyo en procesos clave como la creación de contenido, el análisis de datos y la personalización de experiencias.

Los gráficos siguientes ofrecen una representación visual de estos datos y una perspectiva clara y cuantificable de las tendencias actuales y las demandas del mercado laboral.

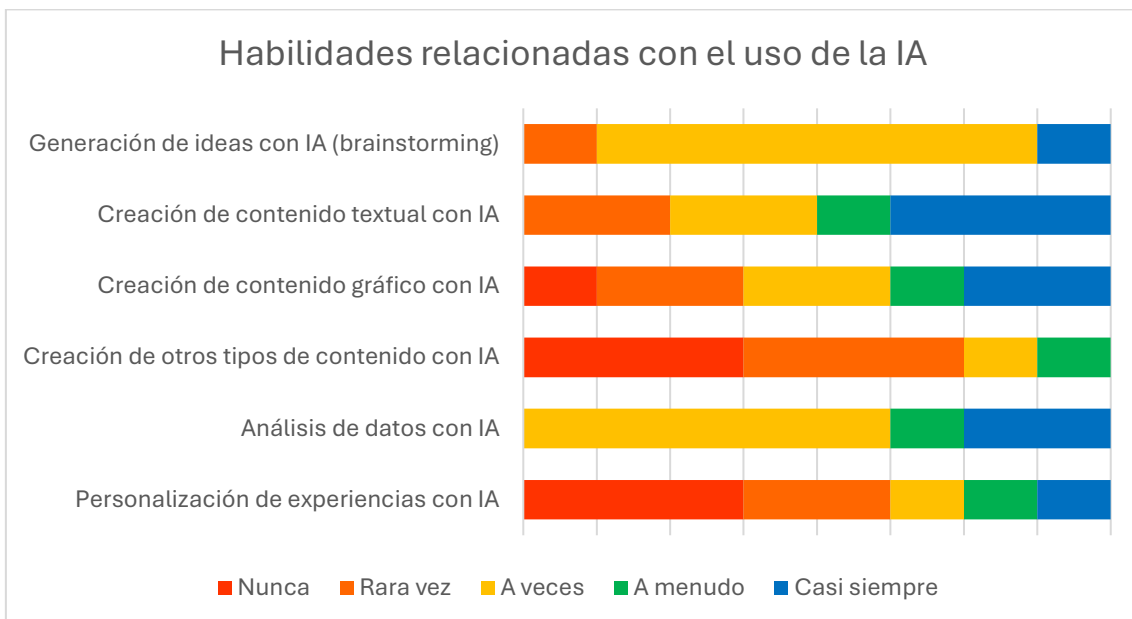
En tu puesto de trabajo actual o más reciente, ¿qué relevancia tienen estas **competencias transversales**?



En tu puesto de trabajo actual o más reciente, ¿qué relevancia tienen estas **competencias específicas**?



En tu puesto de trabajo actual o más reciente, ¿con qué frecuencia usas estas habilidades relacionadas con el uso de la **inteligencia artificial** como herramienta de apoyo?



## **8. Conclusión**

El ámbito de la gestión de contenidos digitales demanda un abanico polifacético de habilidades que aúnen la pericia técnica con destrezas transversales tales como la creatividad y el liderazgo. El máster en Gestión de Contenido Digital de la Universidad de Barcelona capacita a los estudiantes de manera estratégica para este entorno dinámico mediante proyectos prácticos y colaboraciones con organizaciones reales. Aunque el empleo tradicional proporciona una experiencia fundamental, el trabajo por cuenta propia se perfila como una alternativa factible una vez se ha adquirido la suficiente experiencia. La formación continua, una presencia digital consolidada y un porfolio bien elaborado son cruciales para el éxito profesional. La transición de la industria hacia la IA y el análisis de datos resalta la necesidad de una formación continua en las diversas habilidades, lo que prepararía a los titulados para enfrentar los retos que plantea el cambiante escenario digital.