

Manual de Funciones:

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	REPORTAR A
Gerente de Publicidad y Marketing, Chief Marketing Officer (CMO)	Director Ejecutivo (CEO)
	CARGOS QUE LE REPORTAN
	Coordinador de Marketing Digital, Diseñador Gráfico, Ejecutivo de Campañas Publicitarias, Especialista en Content Marketing.

PERFIL DEL CARGO		
La función del CMO o Gerente de Publicidad y Marketing es la de diseñar, implementar y supervisar las estrategias integrales de marketing, publicidad y gestión de la experiencia del cliente, alineadas con los objetivos de crecimiento y la visión corporativa de la empresa. Su propósito es posicionar la marca en el mercado, incrementar la captación y retención de clientes, maximizar el retorno de inversión (ROI) en todas las iniciativas de marketing, y liderar la transformación digital del área comercial mediante el uso estratégico de datos y tecnología, con el fin de que la organización consiga sus metas de rentabilidad y competitividad.		
PERFIL DEL CARGO		
REQUISITO	DESCRIPCIÓN	MÉTODO DE VERIFICACIÓN
EDUCACIÓN	Grado académico a nivel licenciatura en: Marketing, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Social.	Título Profesional
ESPECIALIZACIÓN	Especialización en Marketing, Maestría en Marketing Digital, Maestría en Dirección Comercial	Diplomas, certificaciones, títulos de postgrado.
EXPERIENCIA	Mínimo de cinco años en posiciones de liderazgo en áreas de marketing, publicidad o	Referencias laborales, certificaciones de experiencia, portafolio de campañas exitosas, perfil en Linkledin

	gestión comercial y liderazgo de equipos multidisciplinares.	
CARACTERIZTICAS DE PERSONALIDAD	Liderazgo inspirador, visión estratégica, orientación a resultados, creatividad e innovación, capacidad de negociación, resiliencia ante presión, excelente comunicación verbal y escrita, empatía y habilidades interpersonales.	Entrevista, pruebas psicológicas, evaluación 360°.

FUNCIONES PRINCIPALES Y PRIORITARIAS	
<p>1. Planificación Estratégica de Marketing : Establecer un plan estratégico anual y trienal de marketing donde se incluyan objetivos comerciales, tácticas de posicionamiento, segmentación de mercado, propuestas de valor diferenciadas, presupuestos y KPIs alineados con los objetivos del negocio.</p> <p>2. Gestión de Marca (Branding) : Desarrollar y proteger la identidad, reputación y valor de marca (brand equity) de la organización, garantizando coherencia en todos los puntos de contacto con el cliente y supervisar la arquitectura de marca, manual de identidad corporativa y estrategias de brand storytelling.</p> <p>3. Dirección de Campañas Publicitarias Multicanal : Planificar, ejecutar, supervisar y optimizar campañas publicitarias integradas en medios tradicionales (TV, radio, prensa, OOH) y digitales (SEM, display, social ads, programmatic), asegurando el cumplimiento de objetivos de alcance, conversión y ROI.</p> <p>4. Liderazgo en Marketing Digital y Transformación Digital : Liderar la estrategia digital de la organización, incluyendo SEO/SEM, marketing de contenidos, redes sociales, email marketing, marketing automation, experiencia de usuario (UX) en plataformas digitales y comercio electrónico.</p> <p>5. Liderazgo y Desarrollo de Equipos: Planificar la estructura organizacional del área, reclutar y seleccionar talento especializado, establecer objetivos individuales y de equipo, realizar evaluaciones de desempeño, desarrollar planes de capacitación, fomentar cultura de innovación y coordinar con otras áreas (ventas, producto, operaciones, IT).</p> <p>6. Innovación y Adopción de Tecnología de Marketing (MarTech): Establecer procesos que permitan identificar, evaluar e implementar tendencias futuras, nuevas tecnologías de marketing (inteligencia artificial, machine learning, automation), canales emergentes (TikTok, metaverso) y mejores prácticas del sector de acuerdo al presupuesto disponible.</p>	

7. Administración del Riesgo en Marketing: Administrar los riesgos relacionados con la estrategia de marketing, incluyendo riesgos reputacionales, crisis de comunicación, cumplimiento de normativas de publicidad y protección de datos, y garantizar prácticas éticas y responsables.

8. Ubicación Organizacional: Su ubicación dentro de la estructura organizacional debe estar en el primer nivel de dirección/gerencia, reportando directamente al CEO y formando parte del comité ejecutivo o junta directiva, dentro del Departamento Comercial y Marketing.

9. Planificar: Trazar programas de acción detallados que incluyan estrategias de marketing, calendarios de campañas, lanzamientos de productos, presupuestos de inversión publicitaria, planes de contenido y roadmaps implementación tecnológica.

10. Organizar: Distribuir los cargos, roles y responsabilidades correspondientes dentro del equipo de marketing, definir estructura organizacional, asignar proyectos y campañas a los miembros del equipo según competencias y capacidades.

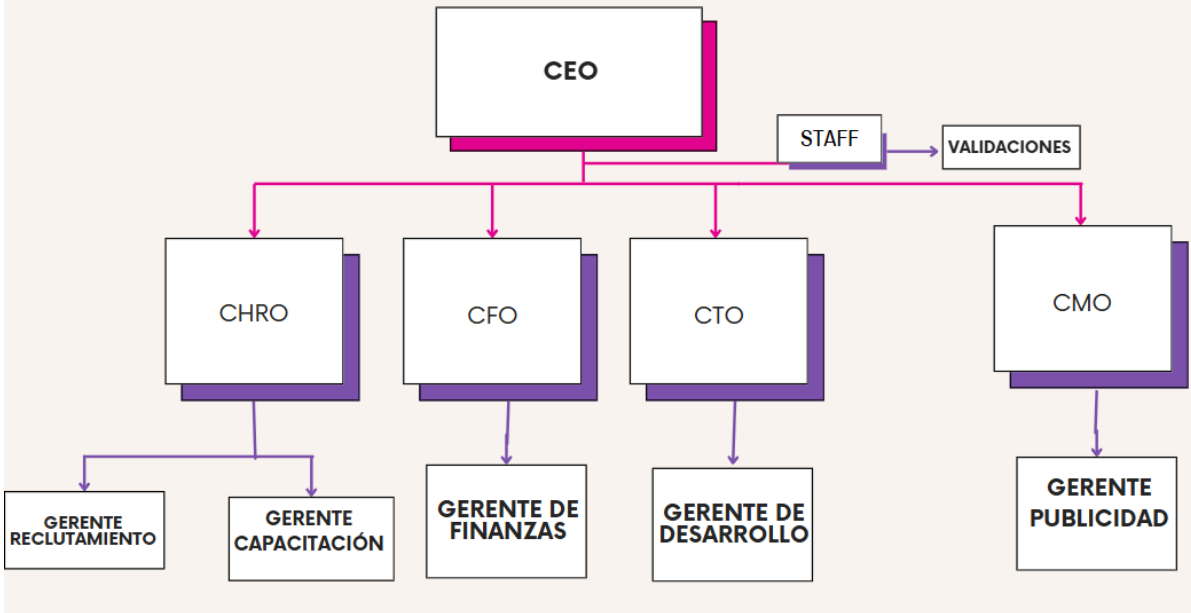
11. Coordinar: Integrar y sincronizar recursos humanos (equipo interno y agencias), técnicos (herramientas MarTech, plataformas digitales) y financieros (presupuestos, inversiones) para el logro eficiente de objetivos comerciales.

12. Dirigir: Influenciar, motivar e inspirar al equipo de marketing para el cumplimiento de los objetivos estratégicos, proporcionando orientación clara, feedback constructivo, reconocimiento y desarrollo profesional continuo.

13. Controlar: Medir el cumplimiento de planes y objetivos mediante análisis de KPIs, reportes de performance, dashboards en tiempo real, y tomar medidas correctivas, optimizaciones y ajustes estratégicos en casos necesarios.

14. Responder por sus Subordinados: Asumir responsabilidad directa ante el CEO/Director Ejecutivo por el desempeño, resultados, acciones y desarrollo profesional de todos los miembros del equipo de marketing bajo su supervisión.

HABILIDADES	Conocimiento de metodologías ágiles, diseño y análisis de estudios cualitativos y cuantitativos y investigación de mercado, presentaciones ejecutivas para presentar estrategias resultados y propuestas, identificar las nuevas tendencias de marketing, capacidad de alinear marketing con objetivos corporativos de crecimiento y expansión, capacidad de mantener el desempeño bajo presión y recuperarse de fracasos.
--------------------	--

POSICIÓN EN LA EMPRESA	 <pre>graph TD; CEO[CEO] --> CHRO[CHRO]; CEO --> CFO[CFO]; CEO --> CTO[CTO]; CEO --> CMO[CMO]; CEO --> STAFF[STAFF]; STAFF --> VALIDACIONES[VALIDACIONES]; CHRO --> GERENTE_RECLUTAMIENTO[GERENTE RECLUTAMIENTO]; CHRO --> GERENTE_CAPACITACION[GERENTE CAPACITACIÓN]; CFO --> GERENTE_FINANZAS[GERENTE DE FINANZAS]; CTO --> GERENTE_DESARROLLO[GERENTE DE DESARROLLO]; CMO --> GERENTE_PUBLICIDAD[GERENTE PUBLICIDAD];</pre>
RIESGOS	<ul style="list-style-type: none">- Sobrecarga de trabajo- Estrés ocasionado por ser un líder de un área crítica- Sobrecostos en campañas costosas- Acciones agresivas de competencias
CONDICIONES DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">- Disponibilidad para cumplir horario flexible- Trabajo híbrido- Oficina de trabajo- Salón de reuniones- Laptops de gama alta
ACTITUDES	<ul style="list-style-type: none">- Visionaria- Innovadora- Resiliente- Adaptable