

¿Cómo son los salarios de las profesiones de la publicidad digital y programática?

Skiller Academy presenta la infografía 2022 por tercer año. Esta información facilita a las empresas determinar el rango salarial de sus puestos vacantes en publicidad programática

En un año marcado por la aceleración del entorno digital y el teletrabajo. Las predicciones de eMarketer estiman que el gasto global en publicidad digital aumentará en un 15.2% con respecto al año pasado y alcanzará la cifra récord de 524,31 mil millones de dólares durante el 2022.

Varios estudios de publicidad digital indican que las principales tendencias de 2021 ha sido la automatización y la tecnología. El 41% de los especialistas en marketing en Forbes, comentan que la inteligencia artificial y el aprendizaje automático han tenido de forma directa el mayor impacto en el crecimiento y el rendimiento de sus ingresos.

La publicidad programática, que esta destinada a ser la forma de comprar publicidad digital, vive un momento de escasez e inflación de talento. El estudio realizado cuenta en sus paneles con referentes del mundo de talento y publicidad programática muestran los perfiles clave, así como aspectos que son la base de ese futuro: habilidades (soft skills), equipos intergeneracionales, acciones de "Employer Branding", fuentes de reclutamiento interno y externo.

Skiller Academy, a través de un panel de más de un centenar de profesionales a lo largo de los años que ha identificado los rangos salariales y evolución, que se han visualizado de nuevo en una infografía actualizada.

Los rangos salariales del estudio 2022, van en el lado de compra desde los 36.600€ brutos anuales de un Trader Programático Senior, el perfil con más demanda, con formación práctica y experiencial real. A los 65.000€ brutos anuales de la Dirección de Trading Programático, el perfil más cotizado en el mercado, con experiencia en coordinación de equipo y definición de estrategias para clientes.

En el lado de venta de publicidad digital. El perfil más demandado de Especialista en Publicidad Programática con experiencia en tecnología, optimización de ingresos y gestión de la actividad con campañas se ajusta a los 44.300€ brutos anuales. Y la posición de Dirección de Programática en un Medio, es de 61.000€ brutos anuales con la responsabilidad de ser el nexo con distintos equipos, responsable de construir el producto y liderar la transformación en el área.

Carlos Díaz, Manager de la Academia destaca que "durante los años que llevamos realizando el análisis hemos visto una madurez en el mercado, pero que se ha encontrado con una inflación sin precedente de la mano de trabajo en remoto para países con mayor evolución digital."

Prisca Dumas, Jefa de Data y activación de Negocio en El Español, “desde mis orígenes en puestos de analítica digital, comercial y Trafficker Ad Ops, y acabar dirigiendo equipos técnicos comerciales y de monetización, me doy cuenta de lo tremendamente complicado que es encontrar profesionales del sector que hayan descubierto que esto no se aprende de la noche a la mañana y que la formación executive específica y constante es el camino.”

Por su lado profesionales como Jesús Martín, Programmatic Strategy Manager en Publicis, destaca que “el mercado de la gestión y planificación de publicidad programática está demandando perfiles mejor preparados, ya que el reto que nos enfrentamos está aumentando en complejidad.”

“Desde un punto de vista de la Selección es importante que el candidato domine las tareas enumeradas en los descriptivos. Pero hay que dar un paso más en la candidatura, es muy beneficioso para el candidato el dominio de las fuentes de datos, bases de datos y el trabajo con éstos, tanto desde el punto de vista de la visualización como en el de la ciencia de datos. La integración del big data con la programática es un paso natural y lógico que aumenta exponencialmente el valor de los equipos y su rentabilidad, desarrollando metodologías de análisis y predictivas”, detalla Paloma Romero, Headhunter y Directiva de RRHH.

La infografía se encuentra disponible en la web de la academia (<https://skiller.education/salario-publicidad-programatica-marketing-adtech/>)

Datos de contacto:

Carlos Díaz
652 94 72 62

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Marketing E-Commerce Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>