



DESCRIPTIVO DE CARGO: COMMUNITY MANAGER

Departamento: [Nombre del departamento]

Reporta a: [Cargo del supervisor directo]

Ubicación: [Oficina o sede]

Última actualización: [Fecha]

1. Propósito del Cargo

El community manager es responsable de construir, gestionar y mantener relaciones sólidas entre la marca y su comunidad digital.

Su función principal es consolidar una presencia coherente y activa en redes sociales, fomentar la interacción genuina con la audiencia y velar por la reputación online de la organización.

Este perfil actúa como puente entre los intereses de la comunidad y los objetivos de la empresa, contribuyendo al posicionamiento, fidelización y crecimiento de la marca en entornos digitales.

2. Responsabilidades y Funciones

2.1. Gestión de Comunidad y Comunicación Digital

- Representar la voz de la marca en redes sociales y otros espacios online.
- Moderar comentarios, responder mensajes y gestionar conversaciones con usuarios.
- Aplicar buenas prácticas de interacción en entornos digitales.
- Resolver situaciones críticas de forma oportuna y empática.



2.2. Planificación y Ejecución de Contenidos

- Diseñar y ejecutar calendarios de publicación.
- Adaptar mensajes según los canales, públicos y tendencias.
- Coordinarse con equipos de diseño, redacción o audiovisuales para la creación de piezas.
- Velar por la coherencia del tono y estilo de la marca.

2.3. Monitoreo y Análisis de Métricas

- Evaluar indicadores clave como engagement, crecimiento y alcance.
- Identificar tendencias, oportunidades y amenazas en el entorno digital.
- Generar reportes periódicos con hallazgos, insights y recomendaciones.
- Usar herramientas analíticas para tomar decisiones basadas en datos.

2.4. Gestión de Reputación y Riesgo

- Detectar potenciales crisis o comentarios sensibles.
- Activar protocolos de gestión de crisis digital.
- Escalar situaciones críticas al equipo directivo cuando corresponda.

3. Requisitos del Cargo

3.1. Formación Académica

Profesional en Comunicación Social, Marketing Digital, Publicidad, Diseño Gráfico o áreas afines.

3.2. Experiencia Laboral

- Experiencia mínima de 1 a 3 años gestionando comunidades en redes sociales. Se valorará experiencia en sectores de consumo masivo, tecnología o agencias de marketing digital.



3.3. Conocimientos Específicos

- Herramientas de gestión de redes sociales (Meta Business Suite, Hootsuite, Buffer, etc.).
- Conocimiento básico de diseño gráfico (Canva, Adobe Express).
- Dominio de métricas e indicadores clave en redes sociales.
- Familiaridad con herramientas de análisis digital (Metricool, Meta Insights, Google Analytics).
- Capacidad para redactar copys y contenidos adaptados al tono de la marca.
- Deseable: experiencia básica en campañas de pauta digital (Meta Ads).

4. Competencias Claves

- Inteligencia emocional y empatía digital.
- Comunicación clara, adaptada y asertiva.
- Creatividad aplicada a formatos digitales.
- Resolución de conflictos en entornos públicos.
- Autonomía y autogestión.
- Pensamiento estratégico orientado a la comunidad.
- Escucha activa y curiosidad constante.
- Adaptabilidad frente a cambios en plataformas o comportamientos de usuarios.

5. Indicadores de Desempeño

- Aumento del engagement y la comunidad en redes.
- Tiempo promedio de respuesta a interacciones.
- Nivel de satisfacción de los usuarios con la atención digital.
- Coherencia en los mensajes publicados según lineamientos de marca.
- Gestión efectiva de crisis y comentarios negativos.
- Calidad y puntualidad de los reportes de métricas.
- Aporte de insights accionables a las campañas de marketing.

6. Condiciones Laborales

- **Jornada:** [Indicar si es tiempo completo o medio tiempo].



- **Modalidad:** [Presencial, híbrida o remota].
 - **Ubicación:** [Ciudad o sede de la empresa].
 - **Salario:** [Indicar el rango salarial, si aplica].
 - **Beneficios adicionales:** [Ejemplo: seguro médico, bonos, capacitaciones, etc.].
-

Este documento define el alcance del cargo dentro de la empresa y sirve como guía para la evaluación de desempeño y alineación con los objetivos organizacionales.