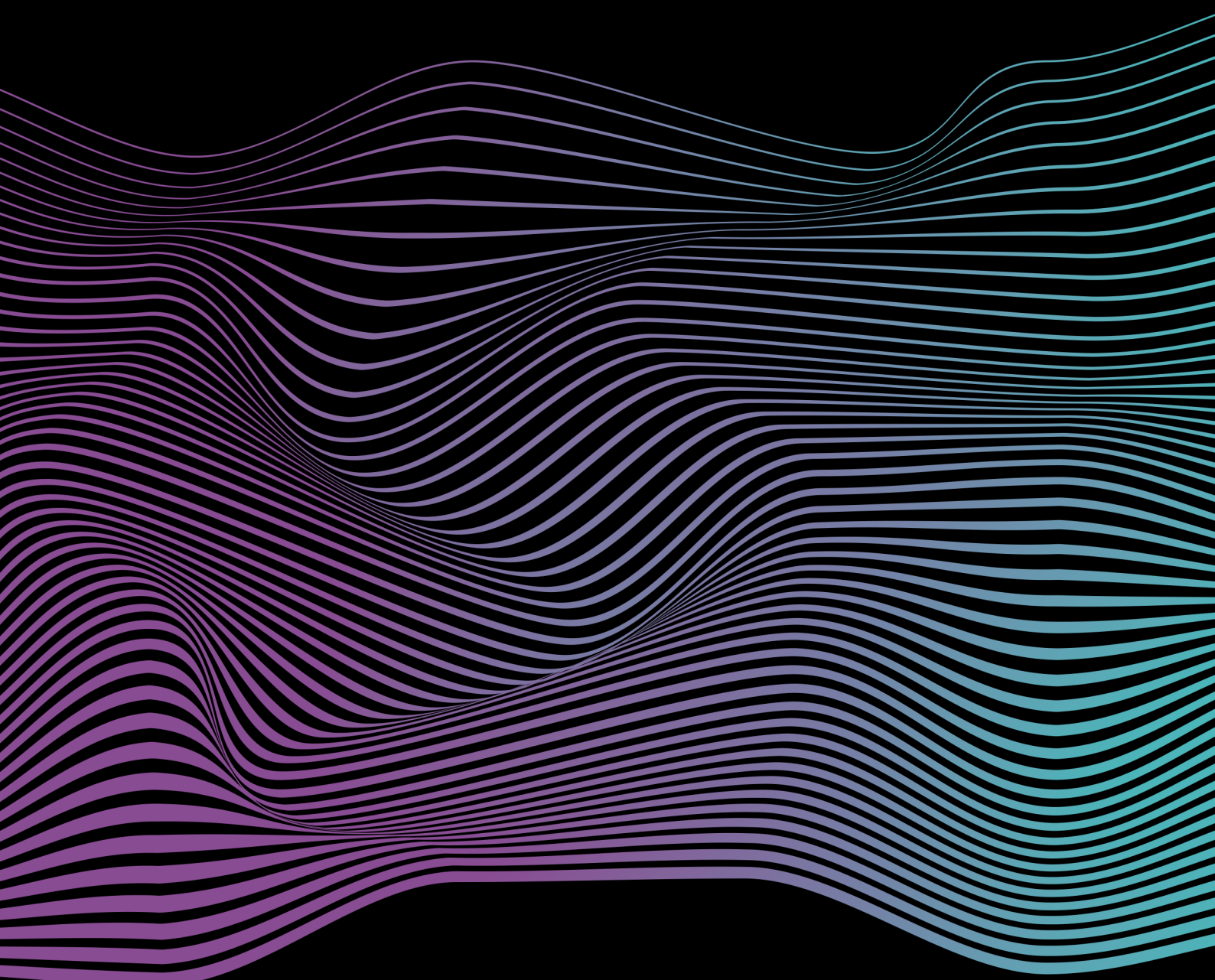


Los Roles *en el* MARKETING DIGITAL!

El Pulpo en acción puede con todo...?



Los Roles *en el* MARKETING DIGITAL!

El Pulpo en acción puede con todo...?

Cuando una sola persona —el llamado “Pulpo”— asume redes sociales, diseño, fotografía, video, pauta, SEO y analítica al mismo tiempo, los resultados se resienten: nadie puede ser experto en todo. Esta guía separa el marketing digital en sus roles reales, detalla qué hace cada uno y —tan importante como lo anterior— qué **no** le corresponde hacer, para asignar responsabilidades con claridad y construir un equipo (interno o de agencia) que funcione.

El equipo real detrás del “Pulpo”



12 roles, 12 responsabilidades distintas.

Los Roles *en el* MARKETING DIGITAL!

El Pulpo en acción puede con todo...?

Roles y responsabilidades



01 Community Manager

La voz de la marca en el día a día

SÍ HACE

- Gestiona y responde comentarios, mensajes directos y reseñas.
- Modera la comunidad y cuida el tono de voz de la marca.
- Publica y programa el contenido ya aprobado en cada red.
- Reporta menciones, crisis potenciales y sentimiento de marca.

NO DEBE HACER

- No debe diseñar piezas gráficas ni editar video.
- No define la estrategia ni el presupuesto de pauta.
- No debe tomar fotos o filmar el contenido que publica.



02 Social Media Manager

Estratega de redes sociales

SÍ HACE

- Define la estrategia y el calendario de contenidos por plataforma.
- Fija objetivos, KPIs y el tono de cada canal.
- Coordina a diseñador, filmmaker, fotógrafo y copywriter.
- Analiza métricas de alcance, engagement y crecimiento.

NO DEBE HACER

- No reemplaza al Community Manager en la moderación diaria.
- No es quien opera cámaras, luces o software de edición.
- No debe correr campañas de pauta sin el especialista en Ads.



03 Content Creator

Genera ideas y formatos, no solo videos

SÍ HACE

- Idea conceptos y guiones para contenido orgánico.
- Graba formatos simples (reels, stories) cuando se requiere agilidad.
- Adapta piezas ya producidas a distintos formatos y redes.

NO DEBE HACER

- No sustituye al filmmaker en producciones de alta calidad.
- No define la estrategia de marca ni el presupuesto.
- No debe encargarse del reporte de métricas de negocio.



04 Copywriter

Escribe para persuadir y convertir

SÍ HACE

- Redacta headlines, textos publicitarios y CTAs.
- Escribe guiones para video, email y landing pages.
- Adapta el mensaje a cada etapa del embudo de ventas.

NO DEBE HACER

- No diseña las piezas visuales que acompañan su texto.
- No debe fijar el presupuesto ni la segmentación de pauta.
- No es responsable de publicar ni moderar en redes.

Los Roles *en el* MARKETING DIGITAL!

El Pulpo en acción puede con todo...?



05 Diseñador Gráfico

Traduce la estrategia en imagen

SÍ HACE

- Diseña piezas para redes, pauta, presentaciones y branding.
- Aplica y resguarda el manual de marca (colores, tipografías, logo).
- Prepara artes finales en los formatos correctos por plataforma.

NO DEBE HACER

- No redacta el copy final de las piezas que diseña.
- No debe operar cámaras ni hacer las tomas fotográficas.
- No define qué se publica ni cuándo.



06 Filmmaker / Videomaker

Produce el contenido audiovisual de marca

SÍ HACE

- Planifica, graba y edita video: reels, comerciales, institucionales.
- Maneja cámara, iluminación, audio y dirección de escena.
- Realiza la edición, color y montaje final del material.

NO DEBE HACER

- No define la estrategia de contenidos ni el calendario editorial.
- No debe encargarse de publicar o moderar en redes sociales.
- No es quien diseña piezas estáticas de gráfica o branding.



07 Fotógrafo

Captura la imagen fija de marca y producto

SÍ HACE

- Planifica y ejecuta sesiones de producto, retrato e institucionales.
- Maneja cámara, luz e iluminación de estudio o locación.
- Realiza la selección, retoque y entrega de imágenes finales.

NO DEBE HACER

- No debe grabar ni editar contenido de video (rol del filmmaker).
- No define la estrategia de redes ni el copy de las publicaciones.
- No es responsable de publicar el contenido en los canales.



08 Especialista en Pauta Digital (Ads)

Convierte presupuesto en resultados medibles

SÍ HACE

- Diseña y configura campañas en Meta, Google, TikTok, LinkedIn, etc.
- Define segmentación, puja, presupuesto y estructura de campañas.
- Optimiza campañas en base a CPA, ROAS y otros KPIs.

NO DEBE HACER

- No diseña ni produce las piezas creativas que usa en pauta.
- No debe redactar el copy final sin apoyo de copywriter.
- No gestiona la comunidad ni responde comentarios orgánicos.

Los Roles *en el* MARKETING DIGITAL!

El Pulpo en acción puede con todo...?



09 Especialista en SEO

Gana visibilidad orgánica sostenida

SÍ HACE

- Investiga palabras clave y analiza a la competencia.
- Optimiza estructura, metadatos y contenido del sitio web.
- Gestiona linkbuilding y salud técnica del sitio.

NO DEBE HACER

- No debe gestionar campañas de pauta paga.
- No diseña el sitio ni programa funcionalidades técnicas.
- No es responsable de redes sociales ni comunidad.



10 Analista de Datos / Performance

Convierte números en decisiones

SÍ HACE

- Configura y audita herramientas de medición y eventos.
- Construye dashboards y reportes de resultados por canal.
- Identifica cuellos de botella en el embudo de conversión.

NO DEBE HACER

- No ejecuta directamente las campañas ni el contenido.
- No debe tomar decisiones creativas de diseño o copy.
- No reemplaza el criterio estratégico del Social Media Manager.



11 Email Marketing Manager

Nutre y convierte por el canal directo

SÍ HACE

- Diseña flujos de automatización (bienvenida, carrito, reactivación).
- Redacta y programa newsletters y campañas de email.
- Segmenta bases de datos y cuida la salud de la lista.

NO DEBE HACER

- No debe gestionar la pauta paga ni las redes sociales.
- No diseña el sitio web ni las landing pages completas.
- No define la estrategia general de marca.



12 Director(a) / Manager de Marketing

Marca el rumbo y conecta al equipo

SÍ HACE

- Define objetivos, presupuesto y estrategia general de marketing.
- Coordina a todos los roles del equipo y agencias externas.
- Prioriza canales e iniciativas según el negocio.

NO DEBE HACER

- No debe operar el día a día de cada canal.
- No sustituye el trabajo técnico de diseño, edición o pauta.
- No debe tomar todas las decisiones sin datos de analítica.

Los Roles *en el* MARKETING DIGITAL!

El Pulpo en acción puede con todo...?

Matriz rápida: quién es responsable de qué

Rol	Estrategia	Contenido / Creativo	Producción (foto/video)	Publicación	Medición
Community Manager	–	Apoyo	–	✓	Reporte básico
Social Media Manager	✓	Dirección	Dirección	Supervisa	✓
Content Creator	Apoyo	✓	Apoyo	Apoyo	–
Copywriter	Apoyo	✓ (texto)	–	–	–
Diseñador Gráfico	–	✓ (imagen)	Apoyo	–	–
Filmmaker	–	Apoyo	✓ (video)	–	–
Fotógrafo	–	Apoyo	✓ (foto)	–	–
Especialista en Ads	Apoyo	Brief creativo	–	✓ (pauta)	✓
Especialista en SEO	Apoyo	Brief de contenido	–	–	✓
Analista de Datos	Insumo	–	–	–	✓
Email Marketing	Apoyo	✓ (email)	–	✓	✓
Director de Marketing	✓	Aprueba	Aprueba	Aprueba	✓

“✓” marca la responsabilidad principal del rol; “Apoyo” indica colaboración sin ser el dueño de la tarea.

La idea clave: ningún rol es más importante que otro, pero cada uno requiere un enfoque, una técnica y un tiempo dedicado distintos. Un “Pulpo” puede sostener una marca chica por un tiempo, pero a medida que el negocio crece, dividir estas funciones —internamente o con freelancers especializados— es lo que permite escalar sin perder calidad.

DONDE PONES TU
ENFOQUE
PONER TU
ENERGÍA
ELIGE SABIAMENTE
A QUÉ LE DAS
PODER

Si te interesó el contenido
y necesitás una asesoría
para tu Proyecto, no dudes
en contactarme.

CLICK AQUÍ