

MMA Spain Y FaqFraud Skiller analizan los salarios de los profesionales de la publicidad programática

La organización sin ánimo de lucro FaqFraud, Skiller Academy y MMA Spain han realizado una encuesta a 200 profesionales para comprobar el rango salarial en el que se mueven los diferentes perfiles dedicados a la publicidad programática. Los datos son aproximaciones recogidas de las opiniones de los encuestados

La organización sin ánimo de lucro FaqFraud, Skiller Academy y MMA Spain han realizado una encuesta a 200 profesionales para comprobar el rango salarial en el que se mueven los diferentes perfiles dedicados a la publicidad programática. Los datos son aproximaciones recogidas de las opiniones de los encuestados.

El sector de la publicidad es uno de los sectores donde la transformación tecnológica ha creado nuevos modelos de trabajo, así como profesiones. Una de estas áreas es la relacionada con los medios que con la compra programática revolucionó la forma en que se compran los espacios en los medios digitales.

Solo a modo de visión en cuanto a magnitudes: En este año 2019, Zenith (1) en su estudio “Zenith’s Programmatic Marketing Forecasts” establece que dos tercios de la compra de publicidad display será programática, representando un 67%, frente al 59% en 2017.

Todo ello implica una mayor demanda de profesionales formados y conocedores del proceso programático tanto para agencias como para el resto de los actores del ecosistema publicitario.

La organización sin ánimo de lucro FaqFraud, Skiller Academy y MMA Spain han querido conocer en qué rango salarial se mueven los perfiles programáticos más demandados y por ello han colaborado en una encuesta enviada a 200 profesionales del sector de la publicidad. Los resultados se pueden ver en la infografía incluida, así como una somera descripción de las tareas exigidas en cada puesto.

A cerca de FaqFraud

FaqFraud, una iniciativa sin ánimo de lucro que constituye una línea de ayuda para detener el fraude en el ecosistema de la publicidad digital. Este proyecto, pionero en España, cuenta con la colaboración de Linicom junto a Adobe, Rubicon Project, Xaxis, IAS, Vocento, ISDE y Zeotap han creado FaqFraud. Y se han incorporado también Nugg.ad (a Zalando Media company), SunMedia (by Fibonad), TapTap Networks, Tappx y AMNET Iberia.

Datos de contacto:

Teresa

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>