

## OFERTA DE TRABAJO: RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN

### COLEGIO PROFESIONAL DE FISIOTERAPEUTAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID (CPFCM)

El responsable de Comunicación (en adelante, RC) será el representante del CPFCM en términos de imagen y reputación, la persona responsable del plan de comunicación de la Institución y quien encabece la estrategia de gestión de la comunicación corporativa interna y externa, dando visibilidad a la marca para que sea reconocida por la ciudadanía de Madrid.

Debe ser una persona totalmente comprometida con la cultura corporativa y conocer la estrategia a seguir. Esto le otorgará la autonomía suficiente para trasladar a los medios los mensajes oportunos en cualquier ocasión y, sobre todo, en los momentos de crisis, cuando no exista la opción de consultar en los más altos niveles ejecutivos.

#### ¿Cuál será rol del RC?

- **Rol de diseñador**

El RC será responsable de diseñar acciones de comunicación y marketing para aumentar la notoriedad del CPFCM, así como del diseño de las herramientas de comunicación necesarias; informes anuales y otras publicaciones, folletos, carteles, etc.

Se encargará, además, de encontrar los medios y soportes sobre los que basar sus acciones comunicativas, tales como: artículos de revistas, páginas web, vallas publicitarias, guiones de vídeo, materiales educativos, etc.

Sin ser un diseñador gráfico, deberá ser capaz de juzgar la calidad creativa de un proyecto, presentarlo y convencer a las audiencias del CPFCM mediante una propuesta de alto valor.

- **Rol de promotor**

Será responsabilidad del RC el convertir la estrategia de la Institución en acciones específicas y tangibles ante los medios informativos, *social media*, campañas publicitarias, la organización de eventos o comunicaciones web. El RC deberá poder presentar a los diferentes *stakeholders* del CPFCM los activos de la Institución y de la fisioterapia madrileña de forma innovadora.

- **Rol de coordinador**

Para cada acción realizada, el RC se pondrá en contacto con los proveedores externos apropiados, como diseñadores gráficos, editores, imprentas, agencias de publicidad, eventos, etc., según sea necesario. Será responsable de desarrollar su programa de intervención al tiempo que garantizará el cumplimiento del presupuesto asignado.

- **Rol de la “responsabilidad”**

El RC gestionará la imagen corporativa. Será quien deba hacer todo lo posible para asegurar que todos los eventos planificados en la empresa tengan éxito.

- **Rol de interfaz**

Todas las comunicaciones a nivel interno deberán pasar por el RC. Además, supervisará la redacción de comunicados de prensa, se ocupará de mantener el contacto con periodistas, de movilizar a las personas colegiadas y de transmitir la imagen de marca de la Institución al garantizar su visibilidad en los eventos.

### **¿Cuáles serán los objetivos del RC?**

#### **Objetivos internos**

Será misión suya definir la política de comunicación de la Institución y luego desarrollar una estrategia. Apoyando la creación de contenidos y analizando las capacidades de comunicación del CPFCM, tendrá que diseñar e implementar acciones de comunicación.

#### **Objetivos externos**

Externamente, será el encargado de transmitir la imagen de marca durante sus encuentros y reuniones. Con esto en mente:

- Diseñará acciones de marketing que promuevan a la institución.
- Desarrollará estrechos contactos con los medios de comunicación.
- Negociará inserciones de publicidad de manera *online* y física.
- Administrará el presupuesto asignado a las relaciones públicas y la comunicación.
- Creará eventos y garantizará la participación del CPFCM en citas relevantes, como ferias o congresos de interés.

### **¿Cuáles serán sus habilidades necesarias?**

#### **Comunicación**

El RC deberá estar en contacto con multitud de interlocutores distintos. Será un buen estratega, capaz de gestionar varios asuntos al mismo tiempo y de organizarse con eficacia.

#### **Cualidades personales**

Deberá estar muy dotado para la comunicación, tanto escrita como interpersonal; tener visión estratégica; ser accesible a los medios de comunicación, y tener capacidad de influencia sobre la alta dirección de las organizaciones.

Además, deberá aportar cualidades de escucha, facilidad relacional y apertura mental para poder valorar, tener en cuenta y responder adecuadamente a las especificidades que emanan de los *stakeholders* del CPFCM. El carisma, la diplomacia y la adaptabilidad serán habilidades a tener en cuenta, como el rigor y el sentido de la organización para estructurar y avanzar los proyectos de comunicación, junto a la capacidad de innovar.

#### **Habilidades técnicas**

El RC deberá ser capaz de administrar un presupuesto y los recursos disponibles, dominar el *software* de publicación y herramientas de comunicación. Al estar en contacto constante con los proveedores de servicios, también deberá tener habilidades de administración y gestión de equipos multidisciplinares.

Su formación y conocimientos deberán englobar la comunicación corporativa, la comunicación interna, las redes sociales, la narrativa audiovisual, *podcasts*, comunicación de marca, patrocinios, organización de eventos, etc.

Será determinante trabajar el Plan de Comunicación Interno en colaboración con la Junta de Gobierno del CPFCM para lograr resultados alineados con los objetivos a conseguir.

### ¿Qué perfil buscamos?

La posición de RC del CPFCM estará abierta a profesionales que tengan un mínimo de tres a cinco años de trayectoria en el campo de la comunicación y las relaciones públicas profesionales: titulación universitaria en Periodismo, Comunicación, Relaciones Públicas o Marketing, que hayan tenido responsabilidad en los ámbitos señalados más arriba.

Se valorará especialmente la experiencia laboral previa en medios de comunicación, así como formación complementaria (liderazgo, eficacia y desarrollo profesional y RR.HH., etc.)

Además, sea cual sea la duración de su experiencia, el responsable de Comunicación deberá mantenerse al tanto de los desarrollos tecnológicos y las nuevas tendencias de los consumidores.

Nos encantaría trabajar contigo si: eres una persona creativa, innovadora, empática, motivada y motivadora; si tienes espíritu emprendedor y trabajas con autonomía y flexibilidad; si te organizas y planificas bien y, sobre todo, si aportas buen rollo al equipo.

### ¿Qué te ofrecemos?

El CPFCM es una corporación de derecho público, consciente de la responsabilidad de representar y velar por los intereses de los más de 12.000 fisioterapeutas de la Comunidad de Madrid, a la vez que trabaja por mejorar la salud de la población

Pero, en su día a día, el CPFCM es una Institución con vocación de *startup*, que trata de innovar constantemente, mejorar la relación con los colegiados, buscar nuevas vías eficaces de comunicación, etc.

Daremos más información durante la entrevista a las personas preseleccionadas. Te adelantamos que en el CPFCM te ofrecemos:

- Buen ambiente de trabajo.
- Tipo de contrato: jornada de 35 horas semanales.
- Posibilidades de seguir formándote para crecer durante tu carrera profesional en la institución, igual que está creciendo el CPFCM.
- Condiciones económicas (en función de tu valía y experiencia).
- Reportarás a la Junta de Gobierno, a través de la Secretaría General y la Gerencia.
- Fecha de **incorporación: 1 de mayo de 2023**

Si quieres **optar a este puesto**, envía un correo electrónico a la Secretaría del CPFCM ([cpfm@cfisiomad.org](mailto:cpfm@cfisiomad.org)) **hasta las 23:59 del 21 de abril**, con un escrito argumentando la presentación de tu candidatura (máximo de 1.500 caracteres, con espacios) -indicando qué crees que puedes aportar-, acompañado de tu CV.