



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

Trabajo de Fin de Grado

Grado en MIM

**Búsqueda de empleo online en
el sector del Marketing en
España.**

Presentado por:

Ana Miñambres Martín

Tutelado por:

M^a Pilar Pérez Santana

Valladolid, 03 de Julio de 2019

INDICE

Resumen	4
1. INTRODUCCION.....	5
2. EVOLUCION EN LA BUSQUEDA DE EMPLEO: RECLUTADORES VERSUS CANDIDATOS.....	6
2.1. Nuevas tendencias para buscar empleo por parte del candidato	8
2.2. Cambios en el reclutamiento y la selección de personal por parte de la empresa	10
2.2.1. Reclutamiento de candidatos online	11
2.2.2. Comparativa entre reclutamiento tradicional y reclutamiento online	18
3. EL SECTOR DEL MARKETING EN ESPAÑA.	20
4. METODOLOGIA DEL ESTUDIO.	24
5. PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO.....	24
5.1. Oferta de empleo en el sector del marketing.....	25
5.2. Localización de las ciudades con más ofertas de empleo de marketing.....	26
5.3. Tipo de puesto de trabajo específico en las ofertas de empleo de marketing.....	30
6. PRINCIPALES CONCLUSIONES E IMPLICACIONES	31
6.1. Principales implicaciones	32
7. BIBLIOGRAFIA.....	33
7.1. Webgrafía.....	36
8. ANEXOS	39
Anexo I.	39
Anexo II.	40

INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Websites generalistas en España.....	12
Tabla 2.2: Websites especialistas en España.....	14
Tabla 2.3: Redes sociales utilizadas para demandar/ofertar empleo.....	17
Tabla 2.4: Comparativa método de reclutamiento tradicional versus digital.....	19
Tabla 3.1: Universidades publicas que ofertan el grado de marketing en España.....	22
Tabla 3.2: Principales empleos relacionados con los estudios de marketing...	23
Tabla 4.1: Fuentes de obtención de datos.....	24
Tabla 5.1: Resumen obtención de datos.....	26

INDICE DE FIGURAS

Figura 2.1. La evolución de la búsqueda de trabajo en la era digital.....	7
Figura 3.1. Evolución de la inversión en marketing en España.....	20
Figura 3.2. Evolución de la inversión en marketing digital en España.....	21
Figura 5.1. Ofertas de empleo online en el sector del marketing.....	25
Figura 5.2. Localización de las ofertas de empleo en InfoJobs	27
Figura 5.3. Localización de las ofertas de empleo en LinkedIn	28
Figura 5.4. Localización de las ofertas de empleo en Empleo Marketing.....	29

INDICE DE ANEXOS

ANEXO I: Ejemplo curriculum vitae sencillo.....	39
ANEXO II: Ejemplos de curriculum creativo.....	40

Resumen

Internet ha cambiado el mundo, incluyendo en ello al mundo laboral. A través de este trabajo, se presenta la revolución que ha causado internet en la oferta y demanda de empleo. Desde una perspectiva general y conceptual se estudian los nuevos métodos de oferta y demanda de empleo y se analiza el sector del marketing en la actualidad en España. Posteriormente, en una parte más práctica, se estudia, con un análisis de corte transversal el empleo online en el sector específico del marketing en nuestro país

Palabras clave: Búsqueda de empleo, Reclutamiento Online, Empleo, Marketing, España.

Abstract

Internet has changed the world, including the world of work. Through this work, the revolution that has produced internet in the supply and demand of work is presented. From a general and conceptual perspective, new methods of supply and demand of employment are studied. Later, In a more practical part, we analyze a cross-sectional study on online employment in the specific marketing sector in our country.

Key words: Job search, Online Recruitment, Employment, Marketing, Spain.

Código de clasificación JEL:

- M31: marketing.
- M51: M51 Estrategia de empleo de la empresa; Promociones (contratación, despidos, rotaciones, trabajo a tiempo parcial, trabajadores temporales, antigüedad).
- J44: Mercados de profesionales y de trabajadores especializados; Ocupaciones; Uso de licencias.
- O33: Cambio tecnológico: opciones y consecuencias; Difusión.

1. INTRODUCCION

En los últimos años el entorno ha sufrido variaciones importantes, prácticamente en todos los ámbitos, internet ha supuesto un antes y un después. Hoy en día vivimos en una sociedad digitalizada y ésto, también, ha afectado al mercado laboral. La forma en la que las personas buscan empleo o, por el contrario, la manera de ofertar empleos por parte de las empresas se ha visto afectada, de forma significativa, por la intrusión de internet.

En este sentido, encontramos que las empresas han incluido nuevas herramientas para acceder al mercado laboral y encontrar el candidato que buscan de manera más rápida y económica. Las principales vías online para el reclutamiento de candidatos son: los portales de empleo, ya sean generalistas o especialistas, las redes sociales y/o las web corporativas de las propias empresas.

Además, en la sociedad actual existen nuevos sectores que están en pleno crecimiento y que traen consigo un aumento, considerable, del empleo y la aparición de nuevos departamentos en las empresas. El sector del marketing en España es uno de ellos, desde 2013 la inversión en el sector no ha dejado de aumentar, ésto ha supuesto un aumento del empleo en el mismo y, por tanto, ha aumentado la demanda de candidatos especializados y cualificados en este campo.

La razón que me ha llevado a elegir este tema y por la que me despierta un interés especial es, principalmente, porque soy estudiante del grado de marketing e investigación de mercados, por tanto, la oferta/demanda de empleo en el sector y la tendencia del propio sector puede suponer que en mi futuro laboral sea importante estar activo en las diversas opciones de empleo online. Además, a través de este estudio podré observar cuales son los principales empleos que se ofertan relacionados con mis estudios y las zonas de España donde más oportunidades de empleo hay.

Por todo lo anterior, el objetivo de este trabajo fin de grado es estudiar cuales son los principales puestos de trabajo relacionados con el marketing ofertados en los diversos mecanismos digitales utilizados para reclutar candidatos, en territorio español.

Por ultimo, el trabajo que sigue a continuación se estructura de la siguiente manera. En la primera parte o parte conceptual, se desarrolla en términos

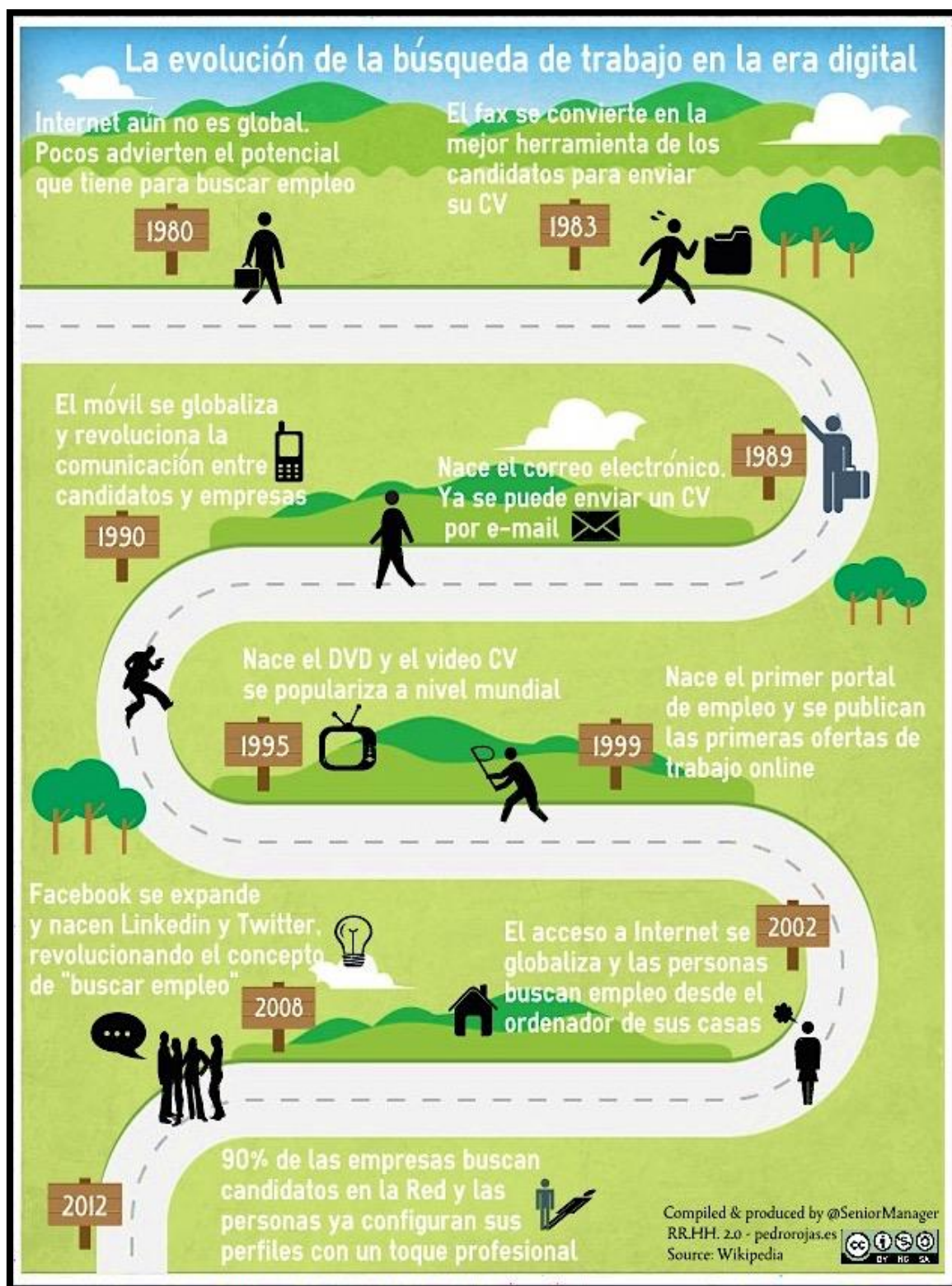
generales y teóricos, los cambios en el mercado laboral que ha supuesto la aparición de internet y también, a grandes rasgos, se estudia el sector del marketing. En esta parte, además, se desarrolla la metodología empleada para la realización de la segunda parte del trabajo. A continuación, en la parte práctica, se realiza un análisis que estudia las ofertas de empleo enfocadas al sector del marketing en España, durante el mes de abril de 2018. A modo de cierre, se ofrecen las conclusiones e implicaciones derivadas de dicho trabajo.

2. EVOLUCION EN LA BUSQUEDA DE EMPLEO: RECLUTADORES VERSUS CANDIDATOS

La búsqueda de empleo ha sufrido una evolución indiscutible, en ella se observa claramente un antes y un después, un punto de inflexión que ha cambiado por completo la forma en la que las generaciones han procedido a demandar/ofertar sus respectivos empleos. Uno de los principales motivos se atribuye prácticamente en su totalidad a internet.

“Resulta evidente que internet es, en la actualidad, un canal plenamente consolidado para la búsqueda de información y recursos de empleo por un lado, y un medio de captación, reclutamiento y selección de trabajadores.” (Climent, 2008, pp.8)

Figura 2.1: La evolución de la búsqueda de trabajo en la era digital,



Fuente: <http://pedrorojas.es/la-evolucion-busqueda-empleo-trabajo-en-la-era-digital-laboral-mercado-infografia/>

2.1. Nuevas tendencias para buscar empleo por parte del candidato

El acceso al empleo en años anteriores a la crisis que sufrió España en 2008 era más sencillo, actualmente la poca cantidad de trabajo y el exceso de candidatos supone más dificultades para entrar en el mercado laboral. La diferenciación es necesaria en cualquier sector; la tecnología y en concreto internet ayuda y facilita a los candidatos la manera de poder desarrollar y dar visibilidad a su imagen personal.

“La creatividad, la imaginación y la innovación constante de estrategias de búsqueda de empleo marca el panorama actual del mercado de trabajo. Resaltar por encima del resto de candidatos se hace ahora más necesario que nunca, por lo que surgen nuevas formas de llamar la atención de las organizaciones privadas, más allá de la utilización de la técnica del currículum en papel”. (López y Urraco, 2018, pp.38)

El currículum vitae impreso en papel ha quedado obsoleto, ha evolucionado tanto en formato como en contenido, llegando a formatos cada vez más creativos y digitalizados. (Véase Anexo I)

El currículum digital se personaliza y diseña sin un patrón establecido, es una manera de diferenciarse que puede proporcionar muchas ventajas tanto para el candidato como para el reclutador.

Existe diversidad de tipos conocidos como “currículum creativo”, todos ellos se diferencian por varios aspectos, pero principalmente lo hacen por el diseño. Usar un formato adecuado a la oferta de trabajo hará más fácil el acercamiento y causará más impacto al personal de RRHH que lo analice. ¹ Algunos de los currículums creativos más conocidos y usados en la actualidad son:

- a. **Currículum gráfico:** es el formato que más se asemeja a la forma clásica, la estructura es la misma, pero cambia la presentación de la información. La personalidad y la creatividad han de estar presentes y reflejarse en el documento. (Véase Anexo II)
- b. **Currículum infográfico:** este modelo se caracteriza por estar realizado a través de infografía. Leturia (1998) describe la infografía como una técnica que explica la información al lector a través de

¹ Fuente: <https://www.modelocurriculum.net/nuevos-formatos-de-curriculum.html>

gráficos o elementos visuales. En este caso, se trata de simplificar y resumir la trayectoria académica y la experiencia laboral de la persona. Esta técnica hace que se consigan documentos visuales, claros y llamativos que consiguen llamar la atención.

(Véase Anexo II)

- c. **Currículum interactivo:** se caracterizan, principalmente, porque permite que la persona que lo analice interactúe con él, no es el tradicional papel, es un archivo que puede estar compuesto por imágenes y video que muestren las experiencias, habilidades o informaciones que la persona quiere transmitir. También, se puede incluir en ellos los enlaces de redes sociales o blog personales.

(Véase Anexo II)

- d. **Videocurrículum:** una presentación en video que realiza la propia persona explicando sus experiencias, habilidades y logros académicos. Como manifiesta Climent (2008) es una forma novedosa de mostrar las cualidades personales de cada uno más allá de los tradicionales datos curriculares que, además, permite mayor singularización y diferenciación.

A través de estos métodos actualizados la persona puede transmitir a la empresa una imagen más profesional y global, puesto que vivimos en la era digital será considerada más preparada y actualizada, la persona que se presente un currículum interactivo que aquel que lo haga con un archivo genérico en Word o PDF. Esta modalidad de presentación permite que sea más dinámico darse a conocer ya que muchos de estos métodos pueden enlazarse directamente con los blogs o con las redes sociales propias de cada persona.

Actualmente la búsqueda de empleo se enfoca, principalmente, a lo digital, pero no por ello el currículum ha pasado simplemente a ser un formato digital con el cual presentarse cara a la empresa sino que, incluso, hay quienes optan por crear su “personal branding” o lo que es lo mismo su marca personal para encontrar empleo. En este sentido, Karaduman (2013) define el personal branding como un proceso a través del cual los candidatos pueden lanzar sus carreras profesionales, a través de la gestión de la reputación y de la marca

personal (Karduman (2013), cit. En López y Urraco, 2018) . Sin embargo, para Montoya y Vandeheley (2002) la marca personal va más allá de la simple imagen personal, ya que es un ámbito de carácter estratégico, en el que los individuos toman decisiones a largo plazo con respecto a su público objetivo, segmentación y acciones concretas que tienen una meta dirigida (Montoy y Vandehey (2002) , cit. en Jiménez, 2016).

2.2. Cambios en el reclutamiento y la selección de personal por parte de la empresa

El reclutamiento forma parte de la selección de personal. La principal diferencia entre el reclutamiento y la selección está en que el reclutamiento se encarga de la búsqueda de candidatos y de proveerlos, mientras que la selección se encarga de comparar las cualidades de los candidatos y escoger a los más adecuados a través de las pruebas de criba. (Bretones y Rodríguez, 2008).

Hace escasos años, aquellas las personas encargadas del reclutamiento de personal para desempeñar un trabajo, generalmente, contaban sólo con un papel en el que de forma sencilla cada persona describía sus conocimientos y estudios, su experiencia laboral y sus datos personales básicos junto con una foto (Véase Anexo I: Ejemplo de currículum vitae sencillo). Con esta información debía ser posible decidir quienes cumplían el perfil para el puesto de trabajo y, a partir de ahí comenzaría la selección de personal. Generalmente, las personas elegidas que aceptaban las condiciones de la empresa pasaban a realizar una entrevista para contrastar esa información y, además, se comprobaban otros aspectos subjetivos que para las empresas podrían ser importantes dependiendo el perfil necesario: personalidad, carácter, forma de expresarse, aspecto físico, etc.

Al igual que la manera de buscar empleo u ofertar habilidades para desarrollar trabajos está cambiando, también lo está haciendo la forma en las que las empresas reclutan ese personal. “Entre las nuevas estrategias para fortalecer los procesos de selección se encuentra una propuesta informática para seleccionar personal por competencias, utilizando inteligencia artificial” (Artega, 2016, pp.71).

2.2.1. Reclutamiento de candidatos online

Otro cambio es el uso de las fuentes de reclutamiento online o virtual, como veremos a continuación.

Internet es un medio de comunicación mundial, sin barreras, dentro del cual ha nacido un nuevo estilo de mercado de trabajo, donde demandantes y ofertantes buscan satisfacer sus necesidades.

El reclutamiento online se basa en utilizar internet en la búsqueda, captación y puesta en contacto de posibles candidatos. También, se conoce como Reclutamiento 2.0, e-recruiting o social recruiting.

El uso de técnicas de social media para encontrar candidatos se está convirtiendo en una opción cada día más válida, tanto por la facilidad de uso como por la riqueza y calidad de los posibles candidatos (Rojas,2010, pp.10).

Los reclutadores online, a diferencia de los reclutadores tradicionales, deben dominar las herramientas de internet, redes sociales y portales de empleo para poder encontrar los candidatos necesarios de la forma más rápida posible.

Así mismo, Díaz-Llauró (2011) enumera los cuatro principios del reclutamiento 2.0 como: colaboración, tecnología, innovación y transparencia.

Buscar empleo a través de internet es la forma más utilizada actualmente, “Esta mecánica vamos a verla reforzarse en los próximos años a tal punto que internet se va a convertir por necesidad en el único medio por el cual vas a poder entrar a una empresa”, dijo Carrera (2018), vicepresidente de Investigación de la Asociación de Internet.

Las principales vías utilizadas para el reclutamiento online de candidatos son:

- a) Los portales de empleo.
- b) Las redes sociales.
- c) Las webs corporativas.

(Carrera (2018) cit. en Riquelme, 2018)

Las dos primeras se desarrollan a continuación y la tercera implicaría que se busca directamente en la página web de la empresa en particular.

2.2.1.1. Portales de empleo

En internet los portales para la búsqueda de empleo se pueden dividir en dos grandes grupos: los portales webs generalistas y los portales especializados.

2.2.1.1.1. Portales de empleo generalistas: Infojobs

Las webs generalistas son “portales de empleo en los que aparecen publicadas ofertas de trabajo de todos los sectores de actividad” (González, 2005, pp. 27). En España este tipo de webs son las más utilizadas para buscar empleo puesto que ofrecen gran variedad de ofertas de trabajo y en ellas están adscritos multitud de demandantes con currículum muy diversos. Los portales de empleo no han parado de evolucionar, han pasado de ser meros tablones de anuncios donde se anunciaban empleos a ser plataformas muy completas de gestión de empleo.

Existen multitud de websites generalistas, algunos ejemplos de los más populares y utilizados en España se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 2.1: Websites generalistas en España

WEBSITE	DIRECCIÓN WEB	BREVE DESCRIPCIÓN
Jooble	http://es.jooble.org/	Buscador especializado en ofertas de empleo en España, analiza más de 300 webs para buscar las mejores ofertas para el demandante.
InfoJobs	http://www.infojobs.net	Es el portal más reconocido y utilizado en España. Pagina líder de ofertas de empleo en España.
Jobfie	http://www.jobfie.es/	Web con ofertas de todos los sectores que permite crear un CV digital.
Bizneo	http://www.bizneo.com	Plataforma de currículos y archivos que permite ofrecerlo a todas las empresas registradas.
Neuvoo	www.neuvoo.es/	Buscador de empleo sin registro con ofertas de trabajo en España.
Monster	http://monster.es/	Buscador de empleo que ayuda a encontrar empleo con consejos para el CV y filtros específicos.
Infoempleo	www.infoempleo.com/	Buscador que pone en contacto empresas con candidatos. Ofrece a las empresas servicios para facilitar la búsqueda.
Portal parados	www.portalparados.es/	Web que ayuda a los desempleados a buscar empleo y además informa con noticias, consejos y artículos de opinión.
Trabajando	www.trabajando.es	Portal de empleo iberoamericano que esta entrado en ayuntamientos de España para ser portal de empleo que asocien a las webs estos ayuntamientos.

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los portales de empleo generalistas cabe destacar InfoJobs, que como expone a través de su página web es la “plataforma líder en España” y en el año 2018, coincidiendo, además, con su veinte aniversario, Cerri (2018), directora general de InfoJobs explicó: *“conseguir estas cifras récord es el mejor ejemplo de nuestro liderazgo. Somos la plataforma que ofrece más oportunidades de empleo y, a la vez, somos los que entregamos el mayor número de candidatos en el menor tiempo. Las empresas que publican sus vacantes en InfoJobs logran en tan solo un día, los inscritos que otras plataformas consiguen en una semana. Esta efectividad se tradujo, en 2017, en cerca de un millón y medio de contratos firmados a través de InfoJobs. Es decir, que 1 de cada 3 inscritos a una vacante, logró firmar un contrato de trabajo.”*

InfoJobs es una bolsa de empleo que se creó en España en la cual se cruzan ofertantes y demandantes de trabajo. Lo primero que debe hacer todo aquel que quiera acceder a InfoJobs es crear su propia cuenta, existen dos tipos de cuenta:

- Para particulares: Los particulares que buscan encontrar empleo pueden crear su propio curriculum vitae para que las empresas les encuentren y recibir así ofertas a través de e-mail o directamente buscar con sus preferencias utilizando los filtros que se exponen e ir inscribiéndose en las ofertas que más le interesen.
- Para empresas. Las empresas para encontrar candidatos publican sus ofertas de empleo especificando requisitos y aportando información acerca del puesto de trabajo o buscan curriculum vitae en la propia base de datos que InfoJobs ofrece.

Las ofertas de empleo se buscan bien por puesto, por nombre de la empresa o a través de una palabra clave y, después, se filtra por zona, en toda España, en una provincia específica o en el extranjero. Una vez se especifiquen esos dos criterios existen unos filtros específicos que permiten delimitar, aún más, la oferta:

- Permite ordenar las ofertas por fechas de publicación
- Escoger las ofertas en un rango de fecha determinado.

- Seleccionar la oferta por provincia, pudiendo seleccionar cualquiera de las provincias españolas o varias a la vez.
- Ver solo las ofertas de una categoría de puesto. Pudiendo seleccionar varias categorías a la vez.
- Seleccionar la oferta en base a los estudios mínimos que requiera. (grado, licenciatura, educación secundaria, bachiller...)
- Por experiencia mínima de años.
- Por salario mínimo.
- Seleccionar la oferta dependiendo del tipo de jornada laboral (completa, indiferente, mañana, parcial indiferente...)
- Ver las ofertas por tipo de contrato (indefinido, autónomo, formativo, de relevo...)

2.2.1.1.2. Portales de empleo especialistas: Empleo marketing

Por otro lado, existen las webs especializadas, son portales de empleo en los que aparecen publicadas ofertas de un sector concreto de actividad. Algunos ejemplos de webs especializadas españolas son los detallados en la siguiente tabla.

Tabla 2.2: Websites especialistas en España

WEBSITE	DIRECCIÓN WEB	SECTOR/ACTIVIDAD
Empleo Marketing	https://empleomarketing.com	Buscador de ofertas de empleo relacionadas con el Marketing
Tecnoempleo	www.tecnoempleo.com	Ofertas de empleo en el sector de la Informática y telecomunicaciones
Hosteleo	https://hosteleo.com/es/	Ofertas de trabajo en hostelería y turismo
Constufy	www.construfy.com	Ofertas de empleo en el sector de la construcción.
A Fashion Mix	www.afashionmix.com	Ofertas de empleo relacionadas con la moda.
Colegios	https://colegios.es	Plataforma de empleo dirigida a profesores que buscan empleo.

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, el análisis se realizará con el portal empleo más utilizado en España para el sector del marketing: Empleo marketing. Es un portal de ofertas de empleo en España, completamente gratuito, tanto para empresas como para candidatos que estén interesados en las ofertas de trabajo.

Las empresas que quieren publicar ofertas de trabajo no han de registrarse obligatoriamente, únicamente, deben completar una serie de características de la oferta de trabajo que publican para que sea más fácil que quien busque ese tipo de oferta lo encuentre. Cuando todo esté completado, la oferta se previsualiza y envía automáticamente al portal que tras revisarla y ver que toda la información es válida publica esa oferta.

Por otro lado, los candidatos pueden filtrar las ofertas a través de una palabra clave, escogiendo una región determinada de España o seleccionando solo las ofertas para desempeñar un determinado puesto de trabajo. Si una de las ofertas es de su interés y quieren acceder a ella pueden ver toda la descripción detallada del puesto de trabajo que la empresa ha ofrecido se encuentra clicando encima de la propia oferta. Para ponerse en contacto con la empresa deberá acceder a “solicitar puesto”, a partir de ahí, completar unos datos y escribir una carta de presentación para la empresa, a todo ello hay que adjuntar el currículum y, automáticamente, cuando se envíe la empresa recibirá todos los datos del candidato para el puesto de trabajo y podrá ponerse en contacto con el directamente.

2.2.1.2. Redes sociales: LinkedIn

Según Radcliffe-Brown y Barnes, (1954, cit. en Ponce,2012), una red social se define como una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común.

Hace tiempo que los usuarios utilizan sus redes sociales como algo más que un tablón donde colgar momentos de sus vidas. Han evolucionado hasta llegar a crearse un mercado laboral virtual muy utilizado, tanto por perfiles de empresa como perfiles profesionales.

A través de las redes sociales, el reclutador puede adquirir información personal de los candidatos puesto que sus publicaciones no son meramente

profesionales sino que, generalmente, existen multitud de aspectos de su vida privada.

Según el Informe de Infoempleo-adecco (2013), los reclutadores principalmente buscan en las redes sociales:

- Longitud de la tendencia profesional.
- Mensajes (“post”) relacionados con la industria.
- Contactos en común.
- Experiencia profesional.
- Tendencia de habilidades especiales.
- Adaptación a la cultura.

Por el contrario, los candidatos también pueden aprovechar las ventajas de las redes sociales frente a las empresas, ya que el hecho de que estas estén presentes en ellas aporta publicidad y una imagen personal y profesional actualizada y moderna.

Las empresas deben aprender a sacar el máximo partido a las redes sociales de manera que sean capaces de responder con rapidez a las necesidades de los usuarios pues de lo contrario “crearán una imagen de empresa obsoleta y, por lo tanto, no atractiva”, afirma Díaz-Llairó (2011).

Las redes sociales más usadas para la oferta/demanda de empleo en España son las detalladas en la siguiente tabla.

Tabla 2.3: Redes sociales utilizadas para demandar/ofertar empleo

RED SOCIAL	DIRECCION WEB	BREVE DESCRIPCIÓN
LinkedIn	www.linkedin.com	Es una red social profesional orientada más a relaciones profesionales que personales. Es la red social más empleada en España para buscar empleo.
Facebook	www.facebook.com	Es la red social más grande del mundo y por tanto es una buena plataforma para crear contactos profesionales a través de por ejemplo grupos de Facebook.
Google +	https://plus.google.com	Es una red social que integra en un solo perfil todas las cuentas en google y que permite interactuar con perfiles de persona o empresa y relacionarse entre ellos.
Twitter	https://twitter.com/	Red social de comunicación bidireccional que la usan personas y empresas.
Instagram	www.instagram.com	Red social utilizada para subir fotos y videos de corta duración. Se usa con perfiles personales y perfiles de negocio.

Fuente: Elaboración propia.

LinkedIn “es una red social profesional que nos permite crear y gestionar una amplia agenda de contactos profesionales, enterarse de eventos interesantes, buscar proveedores y hacer referencias sobre ellos” (Celaya, 2008).

Se creó en 2003 principalmente para la búsqueda de empleo, poco a poco ha ido evolucionando y adquiriendo visibilidad hasta que a principios de 2019 contaba con más de 10 millones de usuarios los cuales pueden interactuar y mantener contacto entre sí, establecer relaciones profesionales y personales, informarse de tendencias, noticias y mostrar su imagen y trayectoria en el mercado laboral.

“LinkedIn es una empresa pública y cuenta con un modelo de negocio diversificado e ingresos provenientes de suscripciones de usuarios, publicidad y soluciones para selección de personal.” Información obtenida del portal corporativo de LinkedIn (<http://www.linkedin.com>)

LinkedIn permite crear cuentas gratuitas o de pago. Las cuentas gratuitas permiten crear un perfil profesional, buscar trabajo en una bolsa de empleo, conectar con conocidos, ver quien visita tu perfil y unirse a grupos donde se ofrecen empleos. Las cuentas de pago, sobre todo enfocadas para profesionales, permiten ver quien revisa un perfil personal y analizar su información y disponer de más filtros para realizar las búsquedas.

La autora Díaz-Llairó (2011) ha repetido en numerosas ocasiones: “tener un perfil activo en la red social LinkedIn, por ejemplo, es diez veces más efectivo que enviar un curriculum de empleo tradicional”.

2.2.2. Comparativa entre reclutamiento tradicional y reclutamiento online.

A lo largo del epígrafe se han estudiado ambos métodos y las principales herramientas que forman parte de ellos, sin embargo, resulta importante compara cuál de los dos métodos resulta más efectivo.

Tabla 2.4: Comparativa método de reclutamiento tradicional versus digital

	MÉTODO TRADICIONAL	MÉTODO DIGITAL
FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud directa de los candidatos. • Agencias de búsqueda de empleo. • Anuncios en medios de comunicación (radio, prensa). • Centros de formación/ centros de estudios. • Por recomendaciones del personal. • Por correo ordinario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Webs corporativas • Portales de empleo • Redes sociales • Chat/ foros de empleo
DIFERENCIACIÓN FRENTE A OTROS CANDIDATOS	La diferenciación frente a otros candidatos es más compleja y costosa.	La diferenciación frente a otros candidatos es más sencilla porque existen más formatos y más económica con el uso de internet.
DIFUSIÓN	Llegar a muchos candidatos es más complicado y tardío.	Es más sencillo llegar a más candidatos y se puede hacer de manera inmediata.
INFORMACIÓN	La empresa tiene más limitada la información que puede ofrecer sobre el empleo a los candidatos.	La empresa puede comunicar toda la información que desee sobre el empleo a los candidatos.
PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS	Es más complicado que los candidatos puedan mentir a la empresa. Son métodos más personales puesto que el contacto con el candidato es más directo desde el inicio.	Es más sencillo que los candidatos puedan mentir o engañar. Son métodos más impersonales, es más complicado el contacto directo con el candidato desde el inicio.

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la tabla 2.4, el método digital resulta menos costoso y más rápido que el tradicional, además, consigue llegar a más público potencial. Opuestamente, el método tradicional es más cercano y personal, de ese modo es más fácil conocer a fondo al candidato y evitar que este pueda mentir a la empresa.

3. EL SECTOR DEL MARKETING EN ESPAÑA.

"El marketing es la actividad, un conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar, e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general", según la definición del American Marketing Association de Estados Unidos (2007).

El sector del marketing ha crecido significativamente en los últimos años, según los estudios de Analysis of the Marketing Expenditure- Spain, la inversión en marketing lleva ascendiendo en España desde el año 2013. En el año 2017 se invirtieron 31.794 millones de euros en España en este sector, esto supuso un 2,7% del PIB del país.

Figura 3.1: Evolución de la inversión en marketing en España.

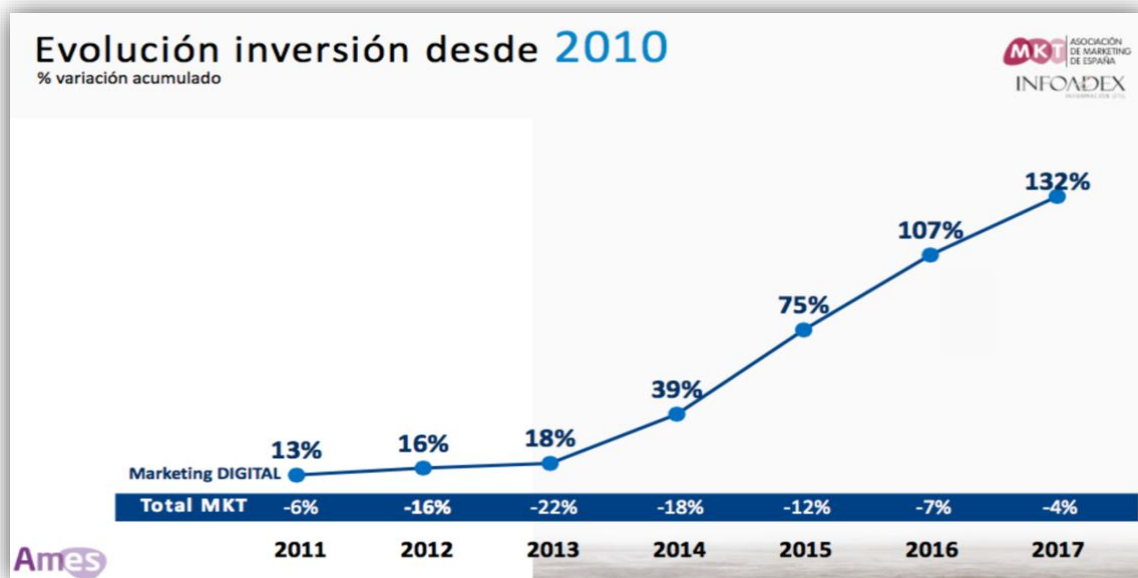


Fuente: Análisis del marketing en España 2017, AMES (2018).

El crecimiento del sector trae consigo, un aumento muy notorio de los puestos de trabajos relacionados con todo lo que el marketing conlleva, por ello en 2017 según el estudio de AMES, se generaron 108.485 empleos relacionados con el marketing en empresas de más de 10 empleados y 1 millón de € de facturación.

En particular el marketing digital adquiere un papel importante en la actualidad, pero años atrás su importancia era prácticamente nula, hasta el año 2013.

Figura 3.2: Evolución de la inversión en marketing digital en España



Fuente: Análisis del marketing en España 2017, AMES (2018).

El notorio aumento de empleos relacionados con el sector y el aumento de la notoriedad del sector ha hecho que la oferta de estudios (universitarios y no universitarios) relacionados con el mismo crezca de un modo significativo.

En España, la oferta pública va desde estudios medios y superiores hasta grados universitarios y máster, todos ellos relacionados con marketing y en ocasiones combinados con otros sectores como puede ser el turismo o la publicidad.

Centrándose en los estudios universitarios relacionados con marketing, la tabla 3.1 resume los grados universitarios relacionados con este campo que se ofrecen en universidades públicas de toda España:

Tabla 3.1: Universidades públicas que ofertan el grado de Marketing en España

UNIVERSIDAD	GRADO	PROVINCIA
Universidad de Cádiz	Doble grado en Publicidad y relaciones publicad + marketing e investigación de mercados	Cádiz
Universidad de Murcia	Grado en marketing	Murcia
Universidad de Sevilla	Grado en marketing e investigación de mercados	Sevilla
Universidad de Granada	Grado en marketing e investigación de mercados	Granada
Universidad de Cádiz	Doble grado en marketing e investigación de mercados + turismo	Cádiz
Universidad de Valladolid	Grado en marketing e investigación de mercados	Valladolid
Universidad de Málaga	Grado en marketing e investigación de mercados	Málaga
Universidad de País Vasco	Grado en marketing	Vizcaya
Universidad de Almería	Grado en marketing e investigación de mercados	Almería
Universidad de León	Grado en marketing e investigación de mercados	León
Universidad de Oviedo	Grado en comercio y marketing	Asturias
Universidad de Zaragoza	Grado en marketing e investigación de mercados	Zaragoza
Universidad de Cádiz	Grado en marketing e investigación de mercados	Cádiz
Universidad Central de Catalunya	Grado en marketing y comunicación empresarial	Barcelona
Universidad de Alicante	Grado en marketing	Alicante
Universidad Rey Juan Carlos	Doble grado en publicidad y relaciones públicas + marketing	Madrid
Universidad Rey Juan Carlos	Doble grado en ciencia, gestión e ingeniería de servicios + marketing	Madrid
Universidad Rey Juan Carlos	Doble grado en turismo + marketing	Madrid
Universidad Rey Juan Carlos	Grado en marketing	Madrid

Fuente: Elaboración propia.

Los grados relacionados con marketing abren un amplio abanico de oportunidades laborales, debido a que estos estudios llevan asociados una base de aspectos básicos (economía, administración, investigación del

mercado) que cualquier empresa puede necesitar. Además, muchas empresas están comenzando su proceso de digitalización, entrando a formar parte de las redes sociales y estando, cada vez más, presentes con aspectos digitales, por lo tanto, es necesario personal capaz de desarrollar esas funciones y actualizar su contenido diariamente.

La formación en marketing, además, les permitirá realizar tareas de análisis de mercados, diseñando planes de marketing o determinando estrategias de precios entre otras tareas. También, se puede optar a tareas directivas en diferentes departamentos o, incluso, ejercer de manera libre como asesor o consultor de marketing en gabinetes de investigación de mercados.

Entre los puestos más frecuentes en las empresas del área de marketing cabe destacar, entre otros, los siguientes (véase tabla 3.2; a continuación):

Tabla 3.2: Principales empleos relacionados con los estudios de marketing

EMPLEO	FUNCIONES
<i>Product Manager</i>	Investiga el mercado, la competencia, el producto y gestiona los productos y servicios.
<i>Community Manager</i>	Responsable de la gestión y desarrollo de todo lo relacionado con los aspectos online de una marca o empresa en el mundo digital.
<i>Brand manager</i>	Responsable de la gestión estratégica y creativa de la marca.
<i>Global marketing</i>	Director del área de marketing de la empresa.
<i>Especialista en marketing digital</i>	Desempeñar las funciones en el área de marketing online.
<i>Strategy manager</i>	Crear y/o dirigir las estrategias de comunicación y marketing
<i>Especialista en SEM y SEO</i>	Experto en posicionamiento en buscadores y publicidad digital.
<i>Director de la comunicación digital</i>	Dirigir la comunicación de la empresa en el entorno digital.
<i>Responsable de mobile marketing</i>	Responsable de todo el marketing enfocado a mobile.
<i>Director e-commerce</i>	Director del comercio digital de la empresa.
<i>Narrowcaster</i>	Generar contenidos personalizados para audiencias muy específicas.
<i>Growth hacker</i>	Crear estrategias de marketing novedosas enfocadas al posicionamiento.
<i>Chief data officer</i>	Vela por los datos de la empresa y las posibles estrategias que pueden proponerse tras su análisis.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior no trata de ser una lista cerrada ni permanente, ya que es uno de los principales campos donde mas cambios de puestos de trabajo se producen, si no que trata de servir de referencia para detectar los más habituales en la actualidad.

4. METODOLOGIA DEL ESTUDIO

Una vez presentado el sector que se va a estudiar y enmarcado el área de estudio, se desarrolla un análisis enlazado, directamente, con el área del marketing y la oferta de trabajo online para este sector.

Concretamente, la investigación se basa en un análisis de las ofertas de empleo publicadas en las webs: InfoJobs, empleo marketing y LinkedIn relacionadas con el campo del marketing. El análisis a partir de todos los datos extraídos, introduciendo en el buscador de las tres webs la palabra “marketing”, durante el mismo periodo de tiempo. El estudio, por lo tanto, es de corte transversal y el periodo de tiempo seleccionado es el mes de abril del 2018. Los datos extraídos son, en los tres casos: el puesto de trabajo ofertado, la empresa que oferta ese empleo y la ciudad donde se oferta dicho empleo.

A continuación, en la tabla 4.1 se presentan las fuentes de obtención de datos utilizadas en nuestro estudio.

Tabla 4.1: Fuentes de obtención de datos

PORTALES DE EMPLEO	GENERALISTA	Infojobs
	ESPECIALISTA	Empleo marketing
REDES SOCIALES	Linkedin	

Fuente: Elaboración propia.

5. PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO

Una vez definida la metodología desarrollada para el trabajo de campo, en este apartado se van a comentar los principales resultados obtenidos.

En primer lugar en función de la fuente de resultados utilizada; en segundo, en función de las ciudades con más oferta de empleos de marketing en tercer, y

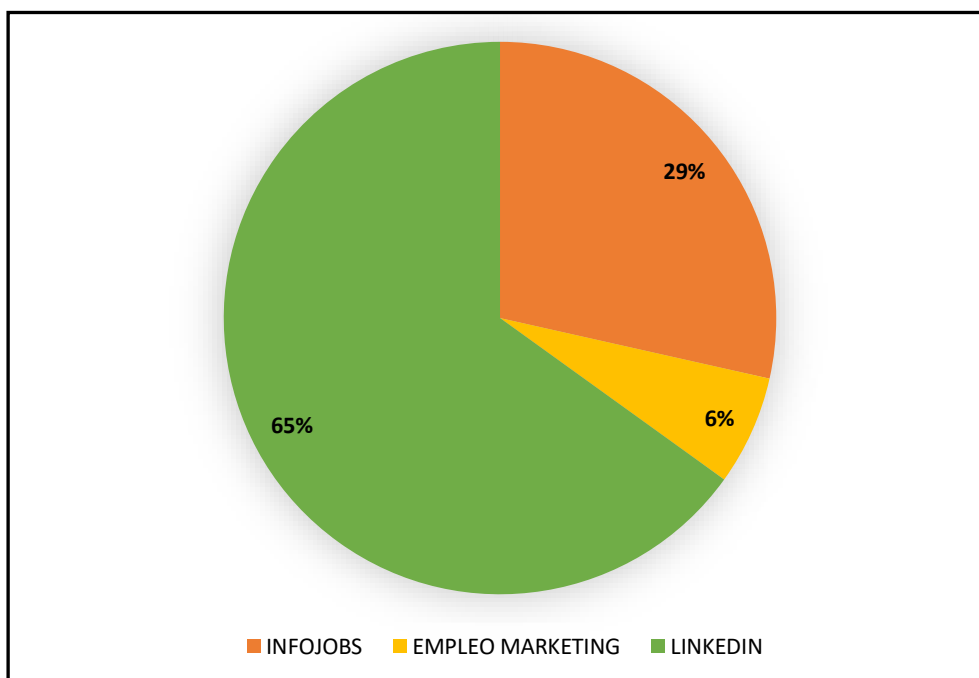
último lugar, en función de la naturaleza y del tipo de puesto de trabajo específico ofrecido en cada caso.

5.1. Oferta de empleo en el sector del marketing.

En primer lugar se estudia la fuente de reclutamiento digital mas utilizada.

A través del análisis de frecuencias y como se puede observar en la figura 5.1 donde más ofertas relacionadas con marketing se publican es en la red social LinkedIn, la cual abarca más de la mitad de todas las ofertas del mercado, el 65% de estas ofertas se publican a través de ella. El gran crecimiento de ofertas en LinkedIn puede verse ligado a la relevancia que tienen las redes sociales actualmente, lo más actual en la sociedad es utilizar a diario las redes sociales y compartir, a través de ella, gran parte de la vida cotidiana y aunque, generalmente, el perfil que se publica no es un perfil del ámbito personal sino profesional, permite también romper con el estándar de presentarte como candidato para un puesto de trabajo, simplemente con un currículum que es lo que en la mayoría de portales webs se permite.

Figura 5.1: Ofertas de empleo online en el sector del marketing.



Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar el portal de empleo InfoJobs publica el 29% de las ofertas y, por último, está el portal de empleo específico para el sector, Empleo marketing. Generalmente, los portales web específicos son los menos utilizados, puesto que las empresas optan por publicar en portales con más popularidad garantizando, así, que la oferta pueda llegar a más público objetivo o candidatos potenciales.

Tabla 5.1: Resumen del proceso de obtención de datos

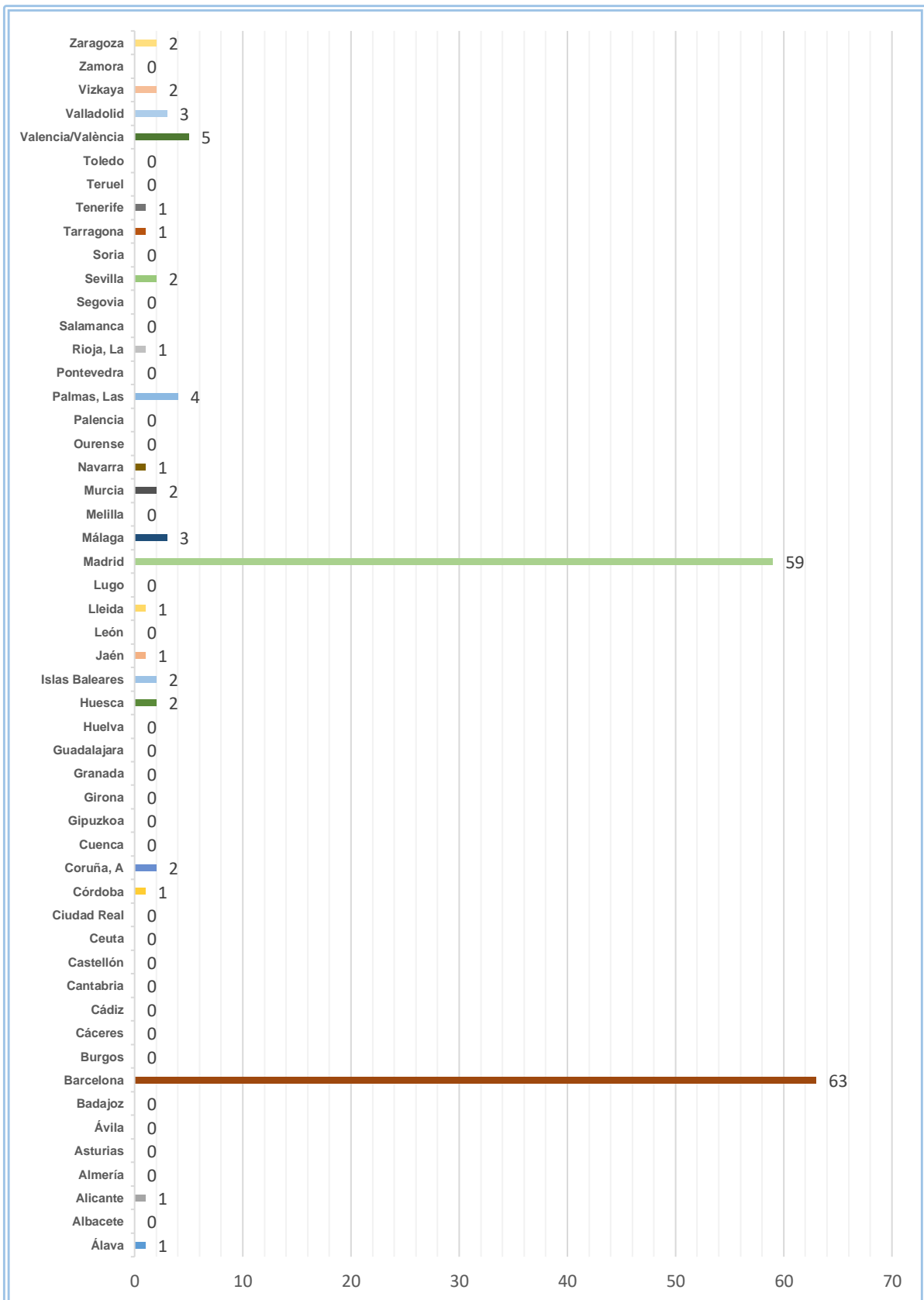
FUENTE	FRECUENCIA ABSOLUTA (Fi)
Infojobs	160 ofertas
Empleo marketing	36 ofertas
Linkedin	364 ofertas
Total	561 ofertas de empleo

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Localización de las ciudades con más ofertas de empleo de marketing

A continuación, se estudiará la localización de las ofertas de empleo, es decir, en que ciudades de España se ofertan más empleos relacionados con marketing.

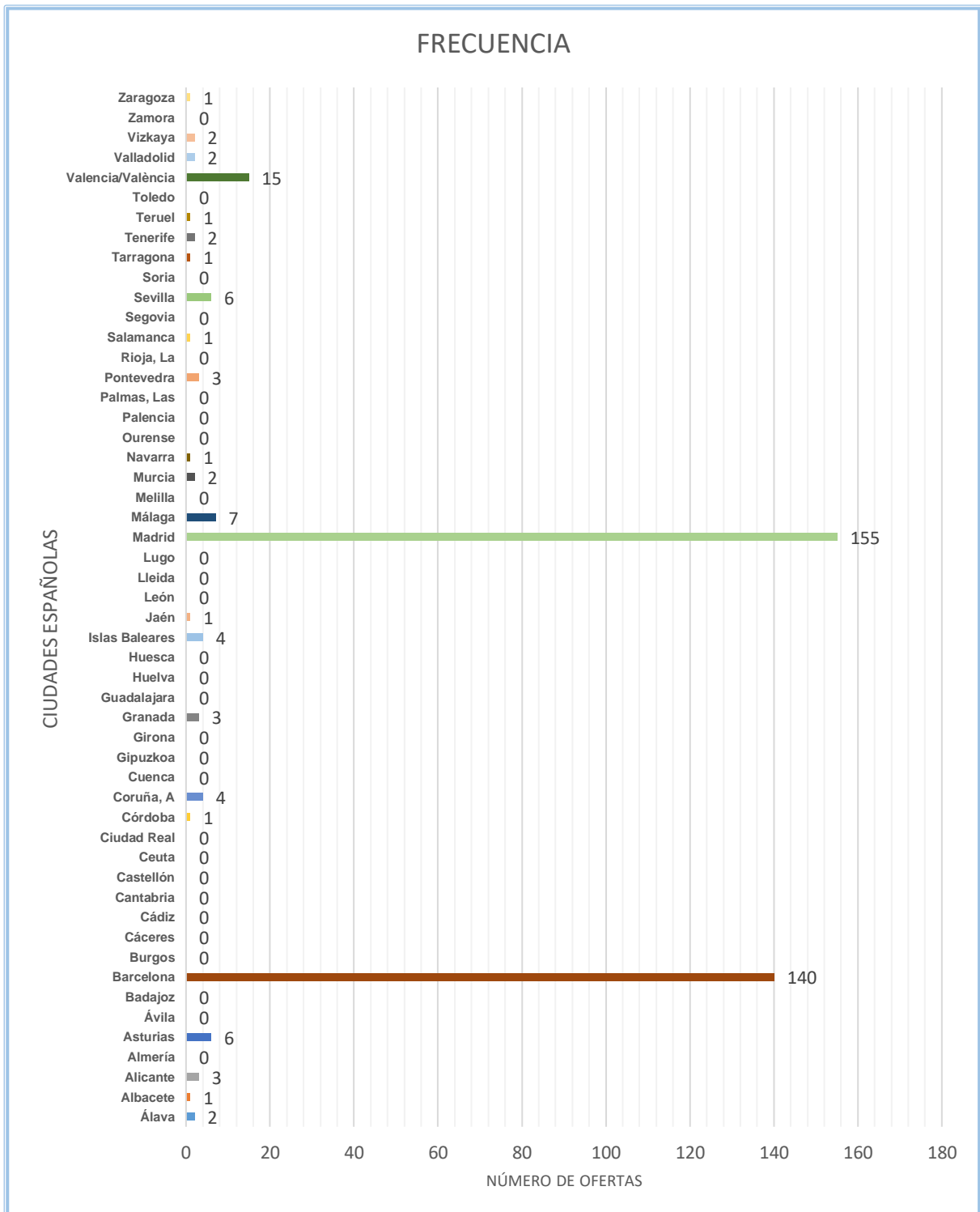
Figura 5.2: Localización de las ofertas de empleo en InfoJobs



Fuente: Elaboración propia

En el portal de empleo InfoJobs predominan, prácticamente, las ofertas por igual en Barcelona (39%) y Madrid (37%), ambas suman casi todas las ofertas del mercado. En muy escasas ocasiones se encuentran ofertas de empleo en otras provincias españolas.

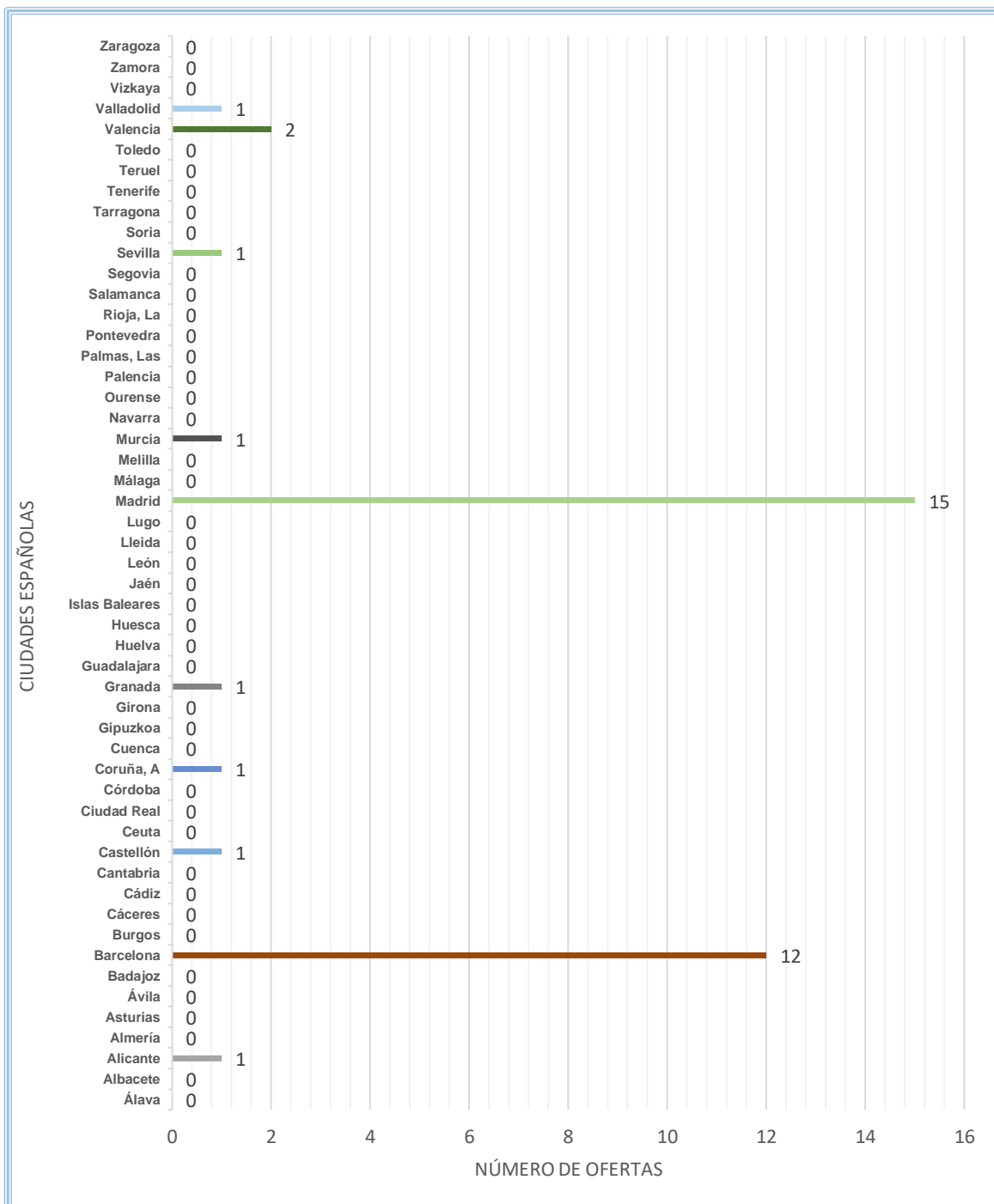
Figura 5.3: Localización de las ofertas de empleo en LinkedIn.



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de LinkedIn nos encontramos con un escenario similar al anterior; Madrid destaca por ofertar un 43% e, igualmente, lo hace Barcelona que le sigue con un 38% de las ofertas, ambas ciudades son las más relevantes de España y por consiguiente las que cuentan con más empleo en este campo. Por ultimo, observamos en la figura 5.4 la localización de las ofertas de empleo a través del portal específico de empleo marketing.

Figura 5.4: Localización de las ofertas de empleo en Empleo Marketing.



Fuente: Elaboración propia.

Como podemos apreciar en la figura 5.4 (anterior), se corrobora, una vez más, lo que InfoJobs y LinkedIn exponen, Madrid y Barcelona, son las ciudades que más empleo ofrecen. En esta figura se puede apreciar como en tercer lugar destaca Valencia (6%). Únicamente, se encuentran ofertas para 10 ciudades españolas, por tanto, este portal es el menos utilizado y, probablemente, sea consecuencia de su falta de notoriedad, ya que los dos medios con los que lo comparamos son grandes iconos del empleo, mundialmente conocidos, puesto que cuentan con multitud ofertas de trabajo de todos los sectores y, por tanto, llegan a un público objetivo más extenso, siendo más sencillo localizar a los mejores talentos del mercado laboral.

5.3. Tipo de puesto de trabajo en las ofertas de empleo de marketing

Una vez finalizado el análisis que indica las zonas geográficas de España donde se ofrecen más trabajos relacionados con marketing, se analizarán los puestos de trabajo específicos que se publican en cada una de las fuentes de datos consultadas.

Por un lado, se analizan los puestos de trabajo ofertados en InfoJobs, donde se publican 160 ofertas de empleo relacionadas con marketing.

Dentro de las ofertas que se realizan hay un elevado número de puestos de trabajo que consisten en programas de becas y de prácticas. La mayoría de estos trabajos suelen ir enfocados a personas que han acabado, recientemente, los estudios y aceptan trabajos bajo estas condiciones contractuales para formarse y adquirir experiencia laboral.

Destaca la demanda de técnicos de marketing, alrededor de un 15% de ofertas en este portal demandan candidatos para dicho puesto. Aun mayor es la oferta de varios tipos de puestos relacionados con el marketing digital y social media. También, se repiten, aunque en menor medida, las ofertas de empleo para analistas y consultores.

Por otro lado, se analizan las ofertas en LinkedIn, siendo esta la página que más ofertas registró durante el mes de abril de 2018 para este sector, se publicaron un total de 364 ofertas, como ya hemos comentado.

Al igual que en InfoJobs destaca el gran número de ofertas para buscar becarios, existen varios tipos de ofertas como, por ejemplo, becas en marketing y comunicación o becas para el área de marketing digital.

Puede observarse como hay varios puestos de trabajo que se demandan repetidas veces en diferentes empresas del país, un claro ejemplo que se puede observar en los datos extraídos es el alto número de ofertas de trabajo para: “community manager”, “marketing digital”, “social media marketing”, etc.; todos ellos, tienen como denominador común el marketing digital.

Por último, se observan las ofertas de Empleo marketing que es una web específica del sector y, a la vez, es la que menos ofertas recoge, únicamente 36 ofertas de empleo, en el periodo de estudio.

Coincidiendo con lo anteriormente mencionado, en empleo marketing destaca la demanda de candidatos para cubrir el puesto en el área de marketing digital y, sobre todo el puesto de “community manager”, alrededor del 35% de las ofertas de esta web buscan candidatos para este tipo de puesto específico. En este sentido, coincidiendo con los puestos más ofertados en InfoJobs y LinkedIn.

6. PRINCIPALES CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

En este trabajo, para cubrir su objetivo inicial, en primer lugar y como parte conceptual, se plantea una panorámica general sobre los métodos más utilizados hoy en día para reclutar candidatos para las empresas, destacando los principales conceptos y la evolución que ha sufrido el mercado laboral hasta llegar al actual. En segundo lugar, se presenta un análisis del sector del marketing en España. Y, para finalizar, en la parte práctica, se ofrece un análisis de datos del mercado laboral online con el sector que nos ocupa.

Para conseguirlo, en primer lugar, hemos analizado los cambios que se han producido en el mercado laboral debido, principalmente, a la intrusión de internet. Los candidatos han cambiado la forma de presentarse a los procesos de selección de las empresas, por ejemplo con currículums interactivos y digitales plagados de creatividad para llamar la atención de los reclutadores desbancando a los tradicionales y se han convertido en un elemento de

diferenciación clave. Del mismo modo, las empresas han cambiado la forma de reclutar candidatos, lo más común, económico y rápido es hacerlo a través de internet. Y, para ello, utilizan tres vías: las webs corporativas propias de las empresas, los portales de empleo (generalistas y especialistas) y las redes sociales, especialmente ha tomado gran protagonismo ésta última.

Seguidamente, hemos estudiado la situación actual del sector del marketing en España. Es un sector en pleno crecimiento, desde el año 2013 ha ascendido su importancia año a año y ésto se ha traducido en la aparición de multitud de empleos vinculados a él, consecuentemente las ofertas de estudios para formarse en el sector también han crecido notablemente, tanto en universidades privadas como publicas.

Una vez desarrollada la parte conceptual, hemos elaborado la parte práctica realizando una base de datos a través de los registros de ofertas de empleo relacionadas con el sector del marketing durante el mes de abril del 2018. En el estudio de corte transversal se analiza la recopilación de datos de las webs generalistas como InfoJobs, una web especialista como Empleo marketing y una red social como LinkedIn. Si comparamos los datos de las webs, en mayor o menor medida y según el volumen de oferta, los resultados son similares. En los tres casos la oferta de empleos para cubrir puestos en el área de marketing digital es muy alta y, además, el puesto más demandando en esta categoría es el de “community manager”; las zonas de España donde más empleo relacionado con marketing se ofrece es en las dos grandes ciudades: Madrid y Barcelona y la web más utilizada es la red social LinkedIn que obtuvo en ese mes 364 ofertas, InfoJobs le siguió con 160 ofertas y Empleo marketing sólo obtuvo un total de 36 ofertas de empleo, en el periodo objeto de estudio.

6.1. Principales implicaciones

A continuación, vamos a destacar algunas implicaciones/contribuciones que se deducen de la realización de este trabajo, así como, la reflexión personal que nos ha generado.

Desde la perspectiva de *los candidatos*, la búsqueda de empleo a través de internet es crucial, el mercado laboral más amplio y completo está en las redes y existen multitud de canales para acceder a ellos, algunos de los más

representativos están descritos en este trabajo. Es importante diferenciarse a la hora de acceder a un empleo y, a día de hoy, la creatividad es imprescindible para poder destacar cuando te presentes a un proceso de selección de personal. Además, el manejo de internet puede hacerte llegar a muchas más opciones de empleo y permite a los candidatos ahorrar tiempo y dinero.

Desde la perspectiva de *las empresas*, aprovechar las ventajas de internet ahorra costes y permite contactar con más candidatos potenciales, además, la selección es más rápida y, por tanto, también se ahorra tiempo. Las empresas con presencia online transmiten una imagen moderna y actualizada, además, su notoriedad aumenta, como una empresa que cuida el reclutamiento del personal.

Desde la perspectiva *de la universidad*, es importante formar especialistas en marketing y hacerlo instruyendo con teoría pero, sobre todo, acercando a los estudiantes a casos más reales y enseñando a resolver problemas reales de las empresas con el objeto de prepararles mejor para buscar empleo.

Desde la perspectiva de los *alumnos del grado de marketing*, el sector sigue en crecimiento, por tanto, se tendrán bastantes oportunidades en el mercado laboral. Utilizando los medios online hay muchas formas de llegar a empresas que requieran personal cualificado y especializado, principalmente, en grandes ciudades como Madrid y Barcelona. Destacar de los demás candidatos es esencial, es decir, conseguir captar la atención de los reclutadores a través de la originalidad y la creatividad, además de una buena formación, se proyectará una imagen de persona actualizada, siendo importante crear su “propia marca personal” en estos medios digitales. De este modo el estudiante consigue ser un candidato potencial que “cuida” su búsqueda de empleo.

7. BIBLIOGRAFIA

- Agreda Arteaga, S. (2016):” *Nuevos retos en el reclutamiento y selección de personal: perspectivas organizacionales y divergencias éticas.*” Boletín Informativo CEI, 1(33). Disponible en: <http://www.ojseditorialumariana.com/index.php/BoletinInformativoCEI/article/view/924>

- AMES, (2018): “*Análisis del marketing en España 2017*”. Disponible en: <https://www.elpublicista.es/pdf-n18183>
- Bretones, F.D y Rodríguez, A (2008): “*Reclutamiento, selección de personal y acogida*”. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Bretones/publication/303289901_Reclutamiento_y_seleccion_de_personal_y_acogida/links/5b6abaa2a6fdcc87df6d91f6/Reclutamiento-y-seleccion-de-personal-y-acogida.pdf
- CASILDA, A. (2017): “*¿De verdad sirven las redes sociales para buscar empleo?*”. Disponible en: <http://www.expansion.com/empresarios-empleo/empleo/2017/03/01/58b7155e22601d89688b456b.html>
- Celaya, J (2008): “*La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*”. ISBN-13: 978-8498750089
- Climent, R (2008): “*Las nuevas tecnologías aplicadas en la orientación para el empleo*”. Disponible en: <https://docplayer.es/18124069-Las-nuevas-tecnologias-aplicadas-en-la-orientacion-para-el-empleo.html>
- Díaz-Llairó, A (2011): “*El talento esta en la red*”. ISBN: 9788483564035
- El Economista, (2019): “*Las empresas demandan especialistas digitales en marketing y ventas*”. Disponible en: <https://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/9771572/03/19/Las-empresas-demandan-especialistas-digitales-en-marketing-y-ventas.html>
- El Economista (2017): “*Las mejores webs para buscar trabajo*”. Disponible en: <http://listas.eleconomista.es/empresarios/16766-las-mejores-webs-para-buscar-trabajo>
- Empleo marketing, (2014): “*Descripción y funcionamiento de empleomarketing.com*”.
- Empleo marketing (2014): “*Descubre como funciona empleo marketing.com*”. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=YisRDhXd5xg
- Escudero. F, (2017): “*Qué es LinkedIn: Primeros pasos en esta red social*”. Disponible en: <https://www.aboutespanol.com/que-es-linkedin-primeros-pasos-en-esta-red-social-2878929>

- García Castro, Patricia Eugenia, Gatica Barrientos, Maria Laura, Cruz Sosa, Emma Rosa, Luis Gatica, Kathia, Vargas Hernández, Rubí del Rosario, Hernández García, Jesús, Ramos Velázquez, Virginia Araceli, Macías Díaz, Dulce María, (2016): *Procesos de reclutamiento y las redes sociales*. RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498153966004>>
- González, R. (2005):” *Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos*”. Disponible en: https://books.google.com.ar/books?id=y_7gnWWsPNUC&pg=PA27&dq=portales+de+empleo&hl=es&sa=X&ei=IBS8T5SdDsTcggfUirH6Dg#v=onepage&q&f=false
- Infojobs ,(2018): “*InfoJobs bate récords históricos de clientes y visitas en el año de su 20 Aniversario*”. Disponible en: <https://nosotros.infojobs.net/prensa/notas-prensa/infojobs-bate-records-historicos-de-clientes-y-visitas-en-el-ano-de-su-20-aniversario>
- Infojobs, (2011): “*Descubre como funciona Infojobs*”. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=e_NmHOqMWCM.
- JT Blog, (2014): “*Plantilla para currículum vitae y como redactarlo*”. Disponible en: <https://blog.jobandtalent.com/plantilla-para-el-curriculum-en-word/>
- Kotler, P, Kartajaya, H, y Setiawan, I (2018): “*Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital*”. ISBN: 9788416894857
Ortiz de Urbina, M y De la Calle, M^a.C (2018): “*Fundamentos de Recursos Humanos*”, 3^o Edición. ISBN: 9788490355794
- López salas, S y Urraco Solanilla, M. (2018): “*Creación y gestión del valor de marca personal: Personal branding y adaptación al nuevo escenario laboral contemporáneo*”. Revista internacional del turismo y empresa, ISSN-e 2530-7134, Vol.2, N^o.2, 2018, págs. 29-48. Disponible en: <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/view/11523>
- Modelo Curriculum (2017): “*Nuevos formatos de curriculum*”. Disponible en: <https://www.modelocurriculum.net/nuevos-formatos-de-curriculum.html>

- Moreno, A (2015): “*Nuevos métodos de reclutamiento de personal*”. Disponible en: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/3610/TFG001082.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarra Capital (2019): “*Linkedin, la tormenta perfecta*”. Disponible en: <https://navarracapital.es/linkedin-la-tormenta-perfecta/>
- New Tandem, (2016): “*Mejores portales de empleo para buscar trabajo en España*”. Disponible en: <https://www.newtandem.com/mejores-portales-de-empleo/>
- Pérez, J. (2018): “*Qué es Instagram, para qué sirve y cómo se utiliza*”. Disponible en: <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/>
- Riquelme, R. (2018): “*La web será el único medio para buscar empleo*”, El Economista. Disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/La-web-sera-el-unico-medio-para-buscar-empleo-AI.MX--20181003-0086.html>
- Rojas. P (2010): “*Reclutamiento y selección 2.0: La nueva forma de encontrar talento*”. Disponible en: https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=IA4jJgJcyWYC&oi=fnd&pg=PA3&dq=related:cRDTvTOYmt8J:scholar.google.com/&ots=SC_12Y8k2d&sig=Q_iQbZ9yHhqXRVMrxuFOdgCbx88#v=onepage&q&f=false
- Rubín, R. (2018): “*Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social*”. Disponible en: <https://www.ciudadano2cero.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- Universia, (2016): “*Marketing, la carrera que te garantizará un empleo estable.*” Disponible en: <http://noticias.universia.es/educacion/noticia/2016/07/22/1142042/marketing-carrera-garantizara-empleo-estable.html>

7.1. Webgrafía

- <https://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/9771572/03/19/Las-empresas-demandan-especialistas-digitales-en-marketing-y-ventas.html>

- <https://www.aboutspanol.com/que-es-linkedin-primeros-pasos-en-esta-red-social-2878929>
- <https://navarracapital.es/linkedin-la-tormenta-perfecta/>
- https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=YisRDhXd5xq
- https://www.youtube.com/watch?v=e_NmHOqMWCM
- <https://nosotros.infojobs.net/prensa/notas-prensa/infojobs-bate-records-historicos-de-clientes-y-visitas-en-el-ano-de-su-20-aniversario>
- <https://www.newtandem.com/mejores-portales-de-empleo/>
- <https://www.elpublicista.es/pdf-n18183>
- <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/view/11523>
- <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498153966004>
- <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/3610/TFG01082.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- <http://www.ojseditorialumariana.com/index.php/BoletinInformativoCEI/article/view/924>
- https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=IA4jJgJcyWYC&oi=fnd&pg=PA3&dq=related:cRDTvTOYmt8J:scholar.google.com/&ots=SC12Y8k2d&sig=Q_iQbZ9yHhqXRVMrxuFOdgCbx88#v=onepage&q&f=false
- <https://www.modelocurriculum.net/nuevos-formatos-de-curriculum.html>
- <https://blog.jobandtalent.com/plantilla-para-el-curriculum-en-word/>
- <https://www.eae.es/actualidad/noticias/salidas-profesionales-despues-de-estudiar-marketing-y-comunicacion-digital>
- <http://yaq.es/carreras-universitarias/ciencias-sociales-y-juridicas/marketing?page=4>
- <http://noticias.universia.es/educacion/noticia/2016/07/22/1142042/market-ing-carrera-garantizara-empleo-estable.html>
- <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/>
- <https://www.ciudadano2cero.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- <http://www.expansion.com/emprendedores-empleo/empleo/2017/03/01/58b7155e22601d89688b456b.html>
- <http://listas.eleconomista.es/emprendedores/16766-las-mejores-webs-para-buscar-trabajo>

- https://books.google.com.ar/books?id=y_7gnWWsPNUC&pg=PA27&dq=portales+de+empleo&hl=es&sa=X&ei=IBS8T5SdDsTcggfUirH6Dg#v=onepage&q&f=false
- <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/La-web-sera-el-unico-medio-para-buscar-empleo-AI.MX--20181003-0086.html>
- https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Bretones/publication/303289901_Reclutamiento_y_seleccion_de_personal_y_acogida/links/5b6abaa2a6fdcc87df6d91f6/Reclutamiento-y-seleccion-de-personal-y-acogida.pdf
- <https://docplayer.es/18124069-Las-nuevas-tecnologias-aplicadas-en-la-orientacion-para-el-empleo.html>

8. ANEXOS

Anexo I.

Ejemplo de Currículum vitae simple.

<p><u>DATOS PERSONALES</u> Nombre y apellidos Fecha y lugar de nacimiento Dirección DNI Contacto</p>	<p>FOTOGRAFIA DE CARNET</p>				
<p><u>FORMACIÓN ACADÉMICA</u> (de lo más reciente a lo más antiguo)</p> <ul style="list-style-type: none">- Universidad, CFGS/M, Graduado escolar... escuela donde se realizó y año <p><i>Cursos</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Atención al cliente, x horas, Escuela donde se realizó, año- Telemárketing, x horas, Escuela donde se realizó, año <p><i>Idiomas</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Castellano. Nivel hablado y escrito.- Inglés. Nivel hablado y escrito.- Otro: catalán, francés, etc. Nivel hablado y escrito. <p><i>Informática</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Conocimientos a nivel de usuario del paquete informático OFFICE 2000					
<p><u>EXPERIENCIA PROFESIONAL</u> (de lo más reciente a lo más antiguo)</p> <table><tr><td>Enero 2013 - Julio 2013</td><td>Puesto: Empresa: Funciones:</td></tr><tr><td>Marzo 2012 – Diciembre 2012</td><td>Puesto: Empresa: Funciones:</td></tr></table>		Enero 2013 - Julio 2013	Puesto: Empresa: Funciones:	Marzo 2012 – Diciembre 2012	Puesto: Empresa: Funciones:
Enero 2013 - Julio 2013	Puesto: Empresa: Funciones:				
Marzo 2012 – Diciembre 2012	Puesto: Empresa: Funciones:				
<p><u>OTROS DATOS DE INTERÉS</u> Carné de conducir B Vehículo propio Disponibilidad inmediata, jornada completa</p>					

Fuente: <https://juniortalent.files.wordpress.com/2013/07/ej-cv1.png>

Anexo II.
Ejemplos Currículum creativo.
1. Currículum grafico

Soy Mentradeloro
 Esther Cueto de la Mata
 Teléfono: 654 611 933
 Email: mentradeloro@hotmail.com
 Web: mentradeloro.blogspot.com

Hola!

FORMACIÓN

2012. E.A.S.D. de Segovia
 Título Superior de Diseño de Productos
 Calificación de 9 sobre 10

2007. E.A.S.D. de Segovia
 Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Ilustración
 Calificación de 8 sobre 10

ESPECIALIDADES

Diseño corporativo, Ilustración, Diseño de productos.

Digitales

Adobe Photoshop	●●●●●●●●	●●●●●●●●	Tipografía
Adobe Illustrator	●●●●●●●●	●●●●●●●●	Manejo del color
Autodesk	●●●●●●●●	●●●●●●●●	Edición en páginas
Microsoft	●●●●●●●●	●●●●●●●●	Composición
Adobe Flash	●●●●●●●●	●●●●●●●●	Manejo Web

Idiomas

2014. CUID, UNED
 Título oficial Universitario de Inglés nivel C1

EXPERIENCIA PROFESIONAL

2008 - Actualidad. Free-lance
 Realizo trabajos de ilustración profesional, diseño gráfico y retoque digital y diseño de productos.

2013. Ayuntamiento de San Bdefonso (Segovia)
 Diseño Gráfico y de Producto
 Desarrollé en solitario toda la imagen corporativa como una campaña de merchandising para un nuevo producto de mercado.

RECONOCIMIENTOS Y EXPOSICIONES DE ARTE

Ganadora del premio "NUEVOS CREADORES"
 Modalidad de Diseño de Producto
 Caja Segovia

2010

Exposiciones de arte individuales

"Scrap of soul Vol. 4"
 Junio 2014. La Soledad del Barbero (Segovia)

"Scrap of soul Vol. 3"
 Mayo 2014. The Sultans (Segovia)

"Scrap of soul Vol. 2"
 Febrero 2014. Casa Joven (Segovia)

"Scrap of soul Vol. 1"
 Diciembre 2013. Mercado de la Ribera (Segovia)

"Mentiras de mujer"
 Agosto 2013. Restaurante Azabache (Segovia)

"Sus miradas"
 Enero 2013. Arts Paper (Segovia Segovia)

OTROS DATOS DE INTERÉS

Amplio conocimiento y experiencia del diseño de envases y packaging en general.

Gran capacidad, talento, minuciosidad y sereno como serena profesional.

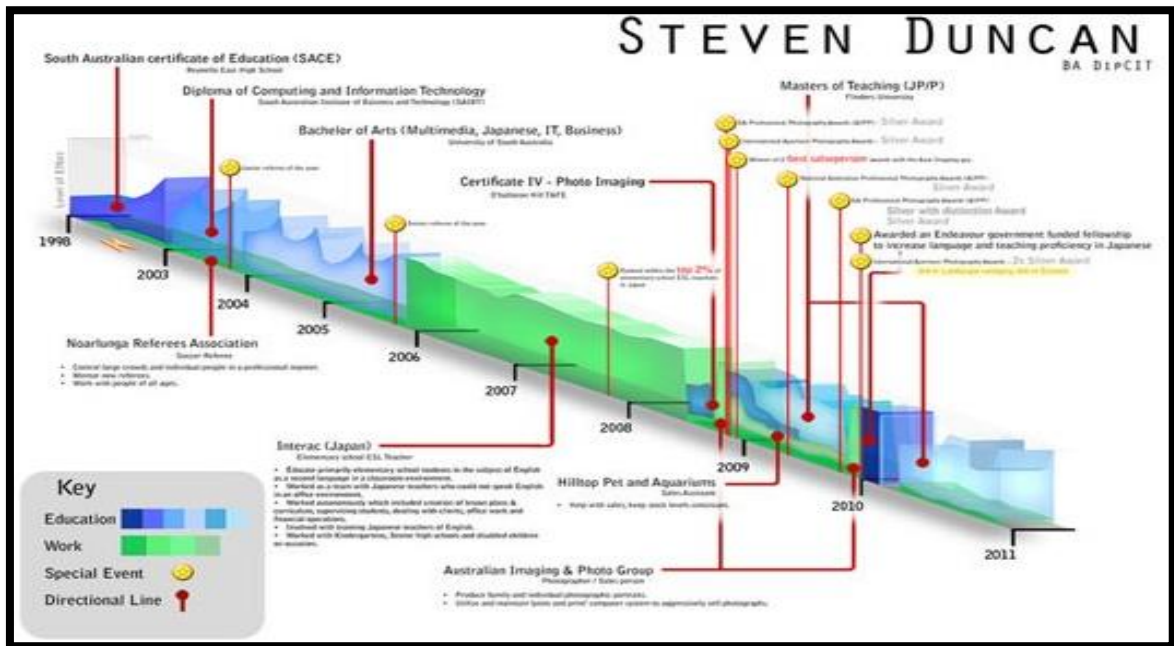
Ofrezco gran creatividad, innovación y eficacia a la hora de diseñar en cualquier entorno.

Possibilidad de incorporación inmediata. Disponibilidad horaria de media a completa jornada.

Encuentra todos mis trabajos en mi blog mentradeloro.blogspot.com

Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/490048003184896820/>

2. Currículum icnográfico



Fuente: <http://www.hacercurriculum.net/curriculum-con-infografias.html>

3. Currículum interactivo



Fuente: <https://www.hacercurriculum.net/wpcontent/uploads/2013/05/alexistrepanier.png>