

ESTUDIO DEL MERCADO LABORAL EN MARKETING DIGITAL



#IABMercadoLaboral

iab spain

 **SCHIBSTED**
SPAIN

ÍNDICE

1. Metodología y caracterización de la muestra
2. Características del mercado actual – *Marketing y publicidad*
3. Análisis de aptitudes – *Nivel de formación y competencias profesionales*
4. Aspiraciones de los trabajadores – *Análisis de expectativas y preferencias*
5. Satisfacción y clima laboral
6. Resumen ejecutivo



OBJETIVOS

Este estudio surge de la necesidad de conocer la situación actual del Mercado Laboral en el sector del Marketing, Publicidad y Comunicación Digital, en base al análisis de una serie de indicadores clave como:

- 1. Años de experiencia de los profesionales del sector**
- 2. Competencias más demandadas**
- 3. Principales aspiraciones**
- 4. Grado de satisfacción en el trabajo**

El mercado laboral actual

Metodología y caracterización de la muestra

METODOLOGÍA – Aspectos técnicos

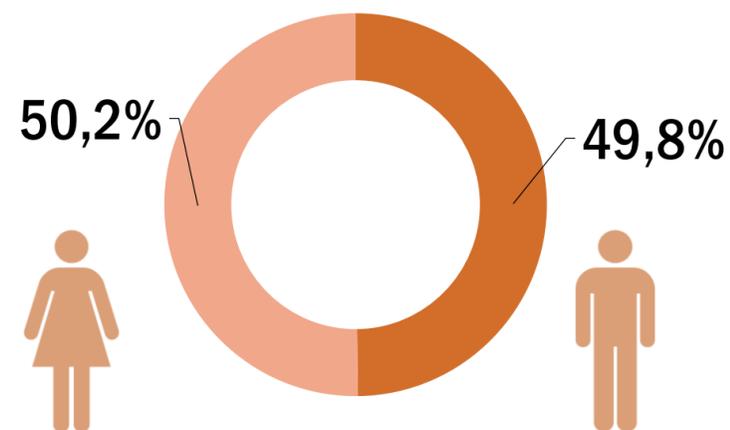
El estudio ha sido realizado por la consultora de investigación, data y analítica digital 

Metodología declarativa CAWI (computer assisted web interviewing)

- **Ámbito del estudio:** Nacional
- **Universo:** Individuos +18 años que trabajan en:
 - Empresas de servicios o productos especializadas en marketing, publicidad o comunicación digital.
 - Autónomos o freelances especializados en marketing, publicidad o comunicación digital.
 - Departamentos de marketing, publicidad o comunicación de una empresa cuya actividad principal es otra
- **Muestra:** 1.150 entrevistas completadas
- **Técnica de muestreo:** base de datos de InfoJobs y base de datos de IAB Spain
- **Trabajo de campo:** marzo 2018

Distribución de la muestra según sexo, edad, localización geográfica y nivel de ingresos.

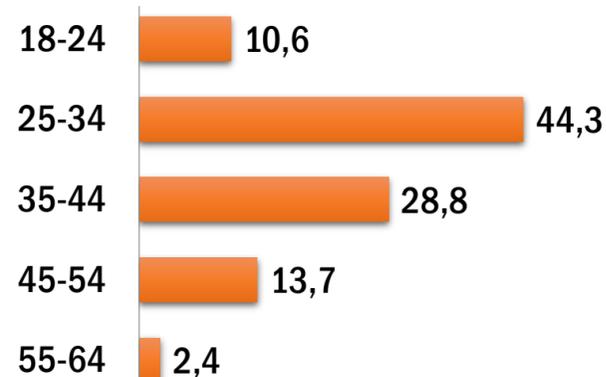
Sexo



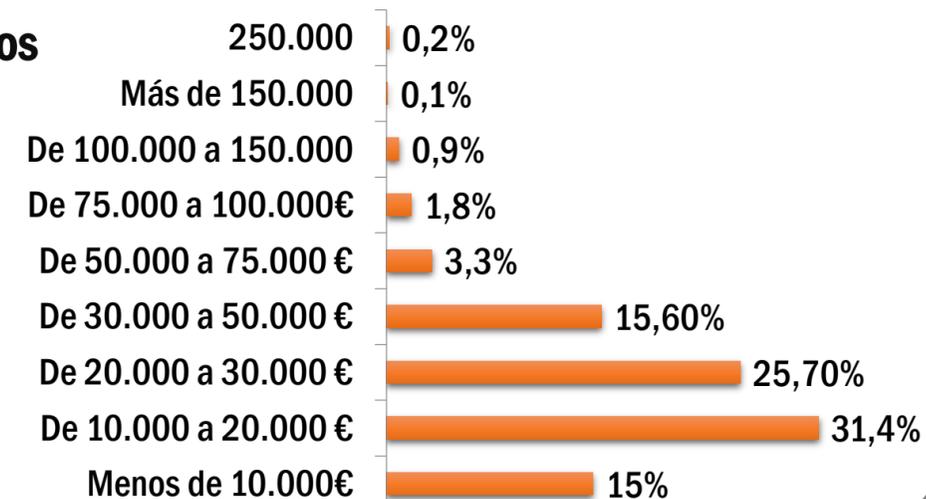
Zonas Nielsen

Noreste	7,9%
Norte-centro	11,1%
Catalunya	17,2%
Levante y Baleares	11,7%
Zona centro	29,7%
Sur-centro	3,6%
Zona sur (Andalucía)	12,7%
Canarias	3,8%

Edad



Ingresos



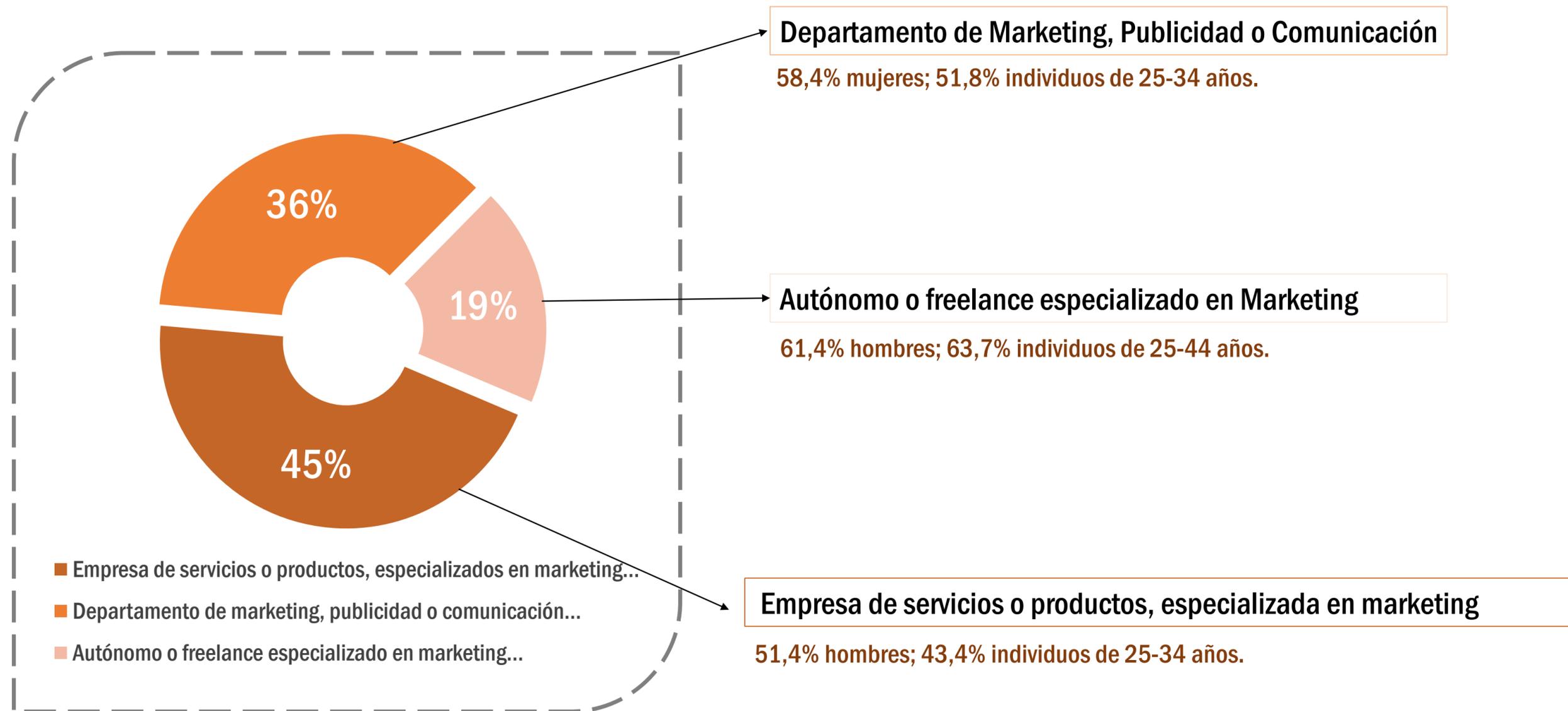
P1. ¿En qué provincia desempeñas tu actividad profesional? Base: 1.150

P34. De los siguientes rangos de ingresos anuales, ¿podrías indicar en cuál de ellos te encuentras? Base: 1.150

P36. Eres... Base: 1.150

P37. ¿Podrías indicarnos tu edad? Base: 1.150

El 45% de la muestra trabaja en empresas de servicios o productos especializados en marketing, publicidad o comunicación digital

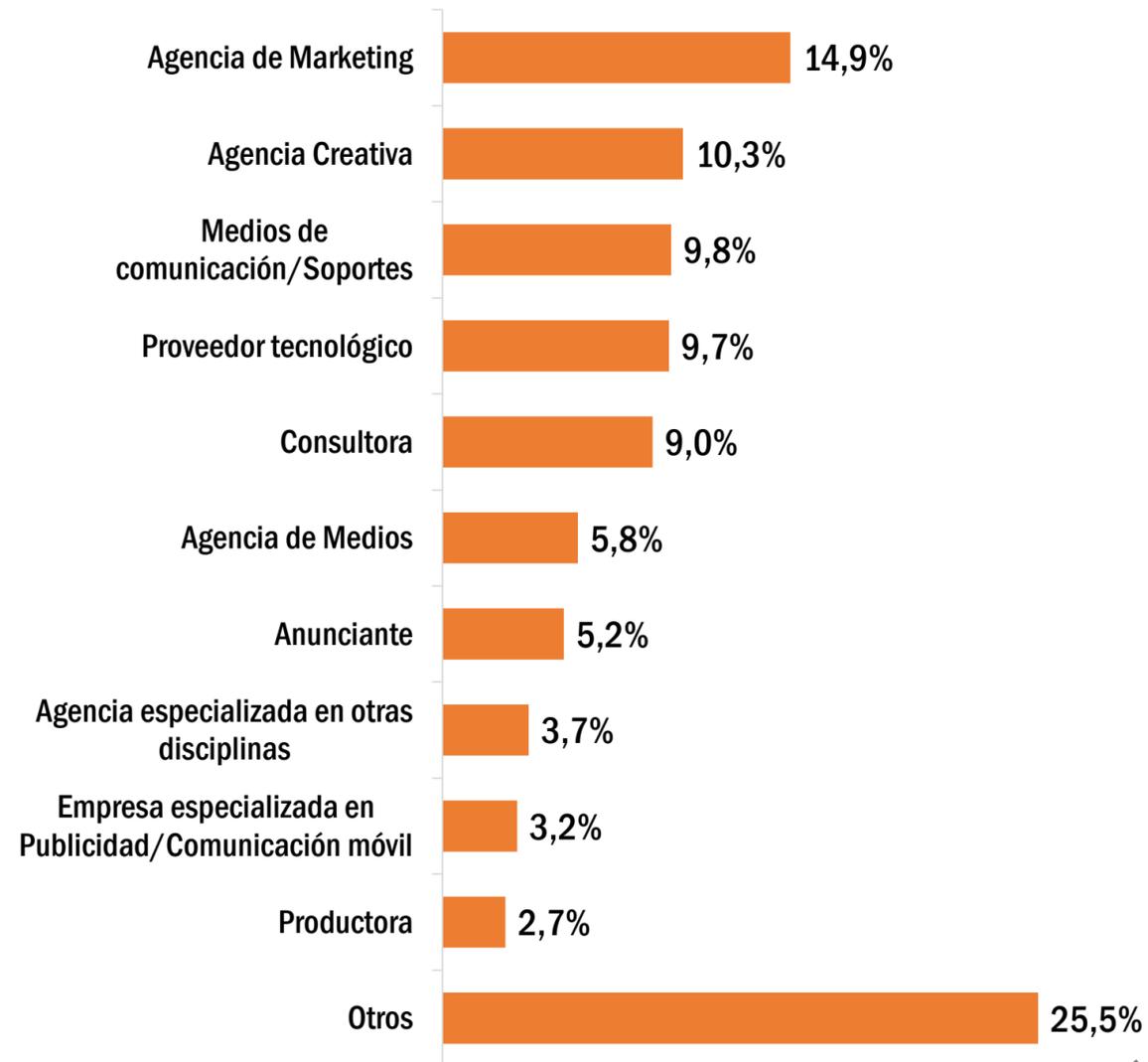


El mercado laboral actual

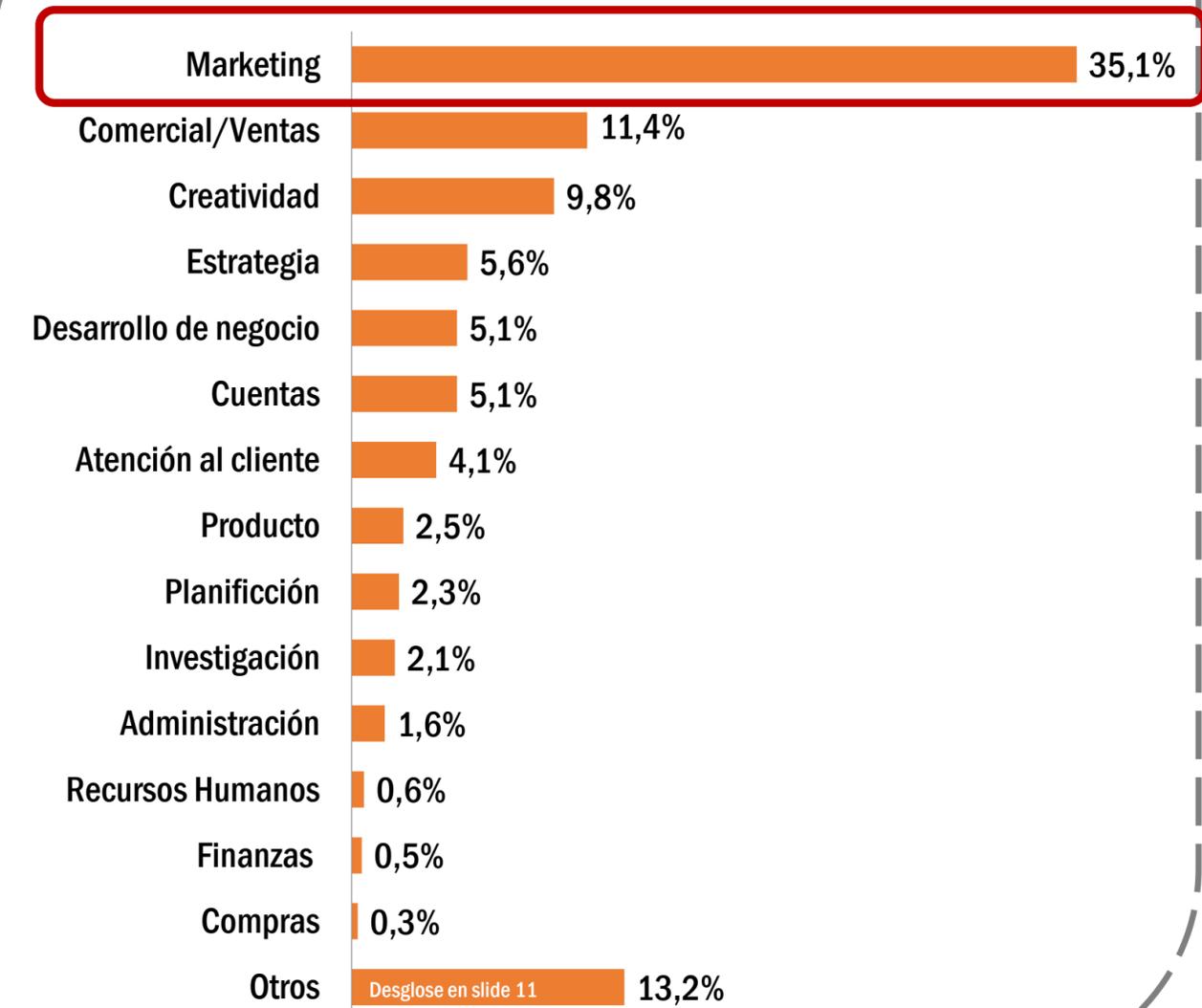
Marketing y Publicidad Digital

MERCADO LABORAL ACTUAL – Tipología de empresa y departamento

Tipo de empresa



Departamento

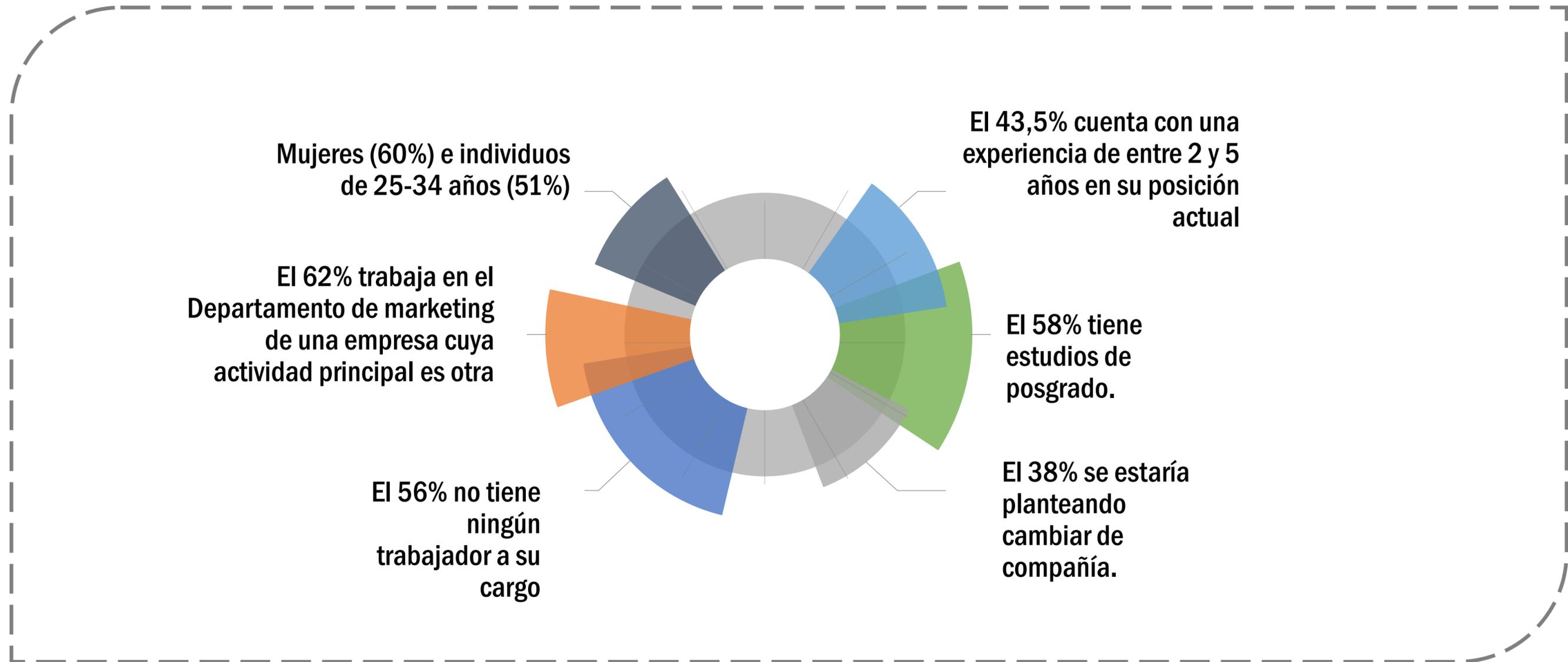


P4. Indica el tipo de empresa en la que trabajas (en caso de que tu empresa desarrolle varias actividades, por favor selecciona aquella en la que desempeñas tu puesto); Base: 1.150

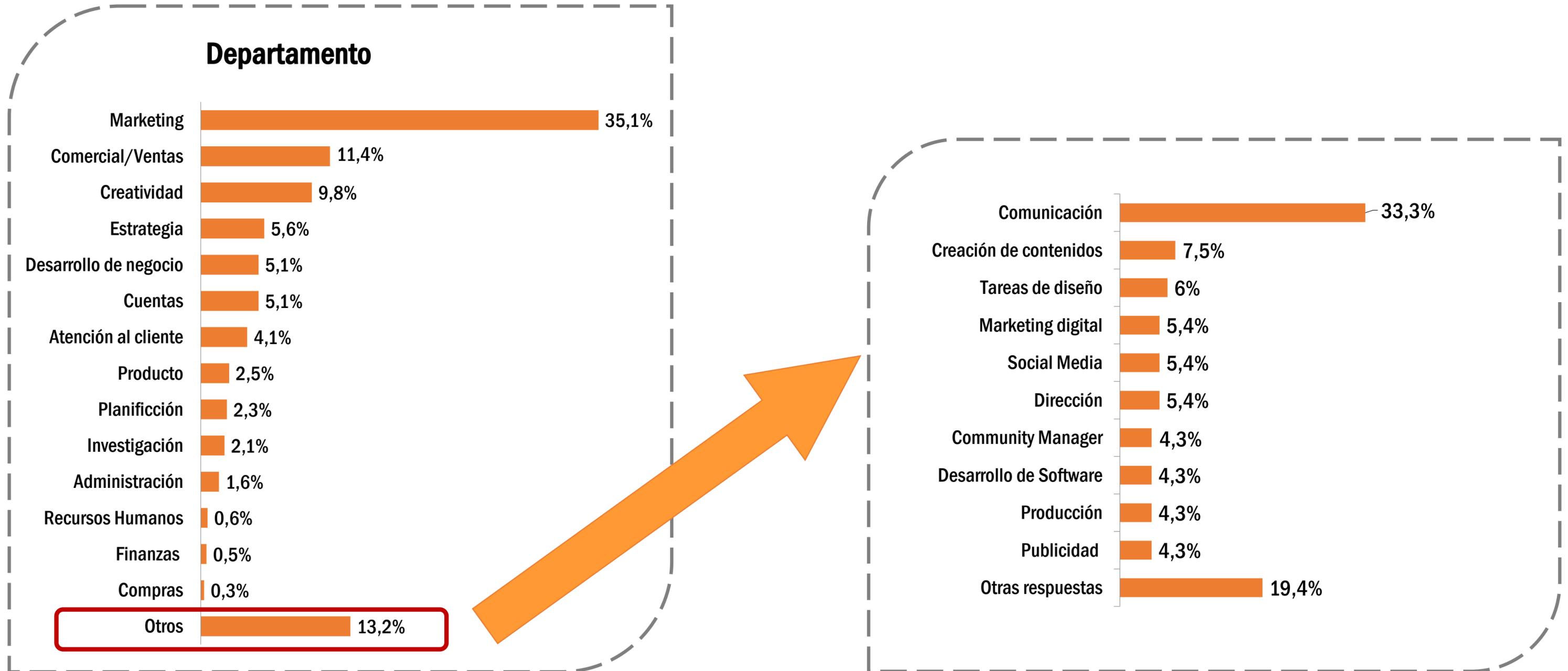
P5. ¿Podrías indicarnos en qué departamento trabajas? Base: 1.150

MERCADO LABORAL ACTUAL – Tipología de empresa y departamento

Los usuarios que trabajan en los departamentos de marketing de las empresas se caracterizan principalmente por ser...



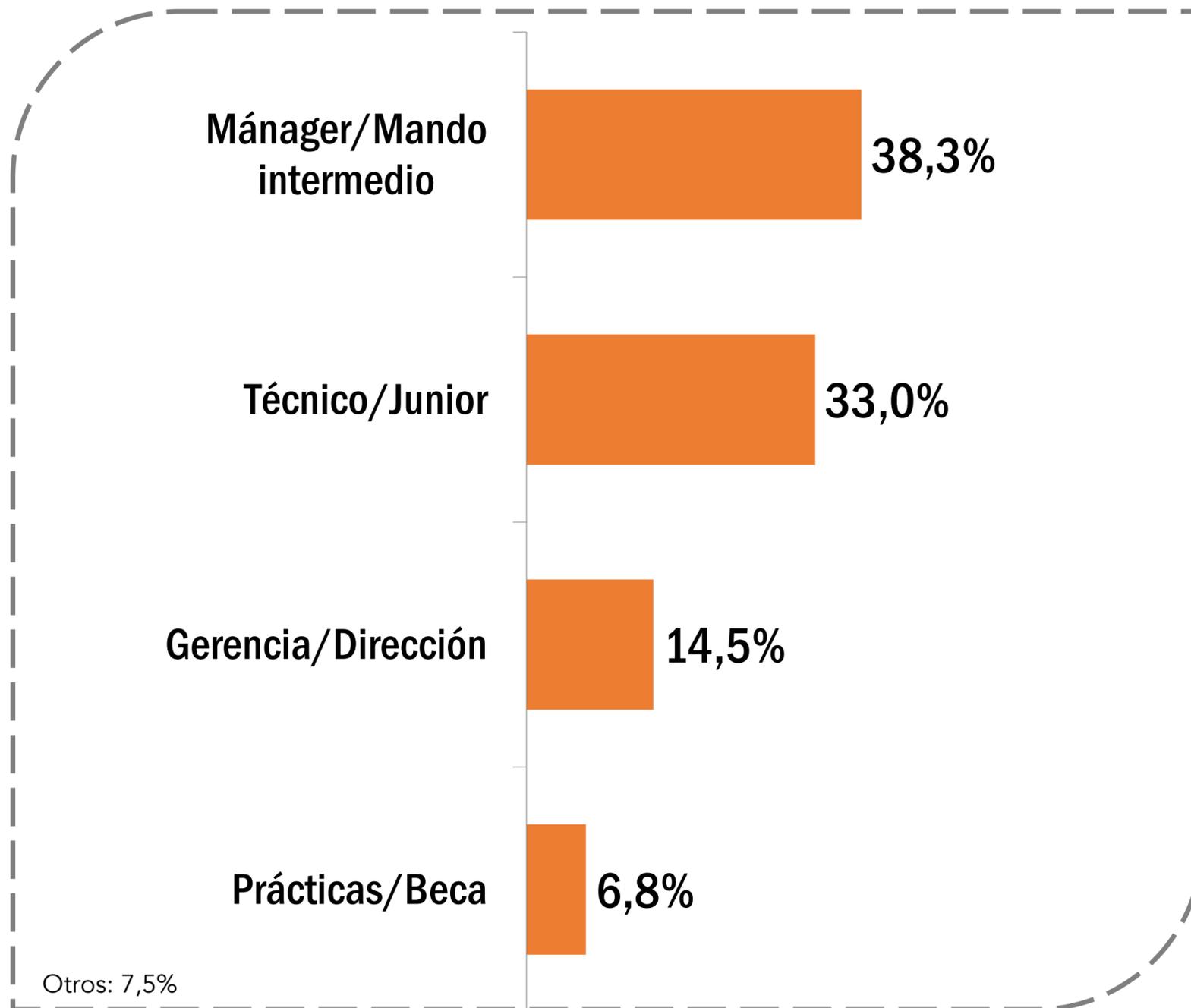
2. MERCADO LABORAL ACTUAL – Perfil por departamento



P4. Indica el tipo de empresa en la que trabajas (en caso de que tu empresa desarrolle varias actividades, por favor selecciona aquella en la que desempeñas tu puesto); Base: 1.150

P5. ¿Podrías indicarnos en qué departamento trabajas? Base: 1.150

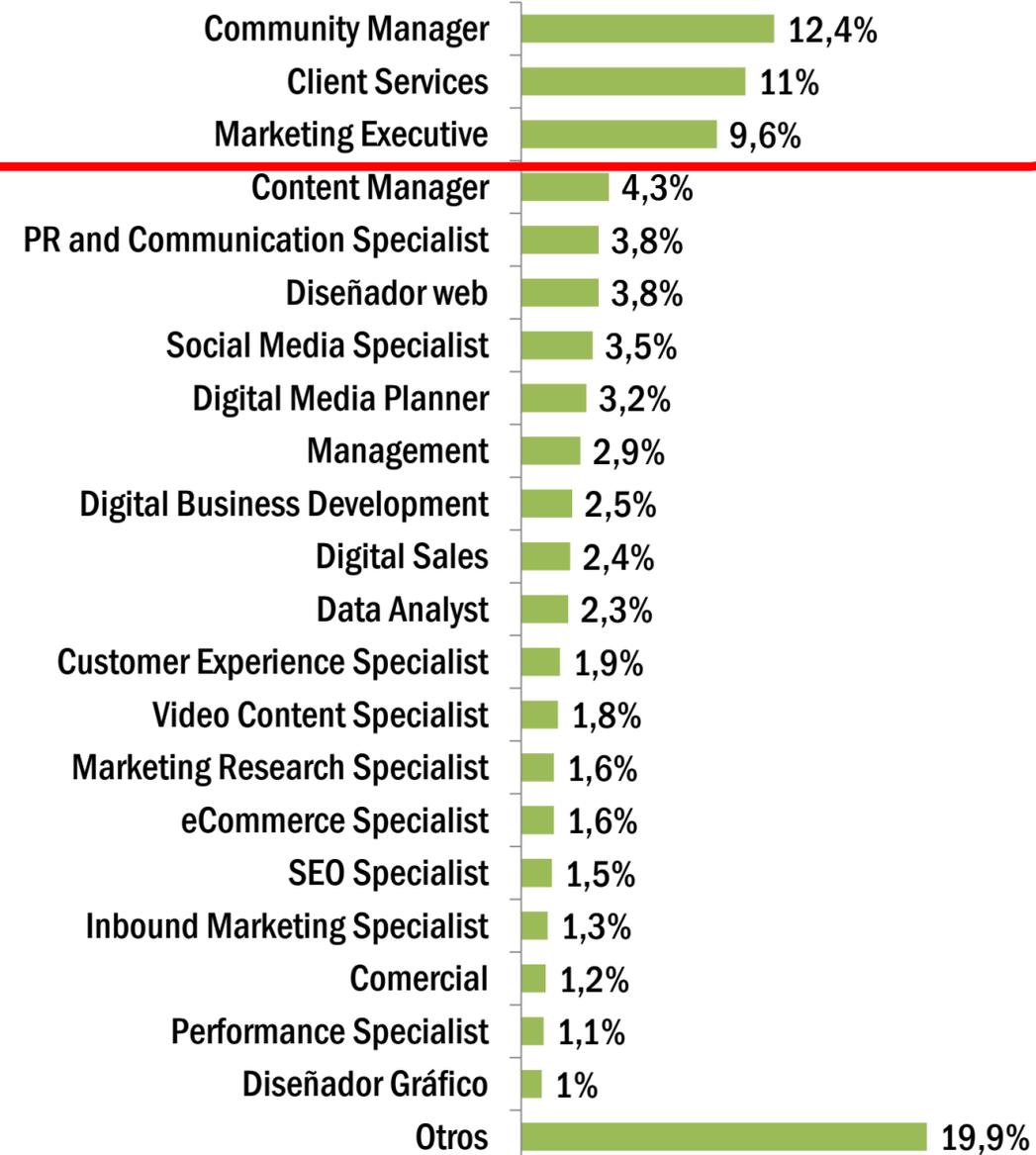
2. MERCADO LABORAL ACTUAL – Categoría profesional



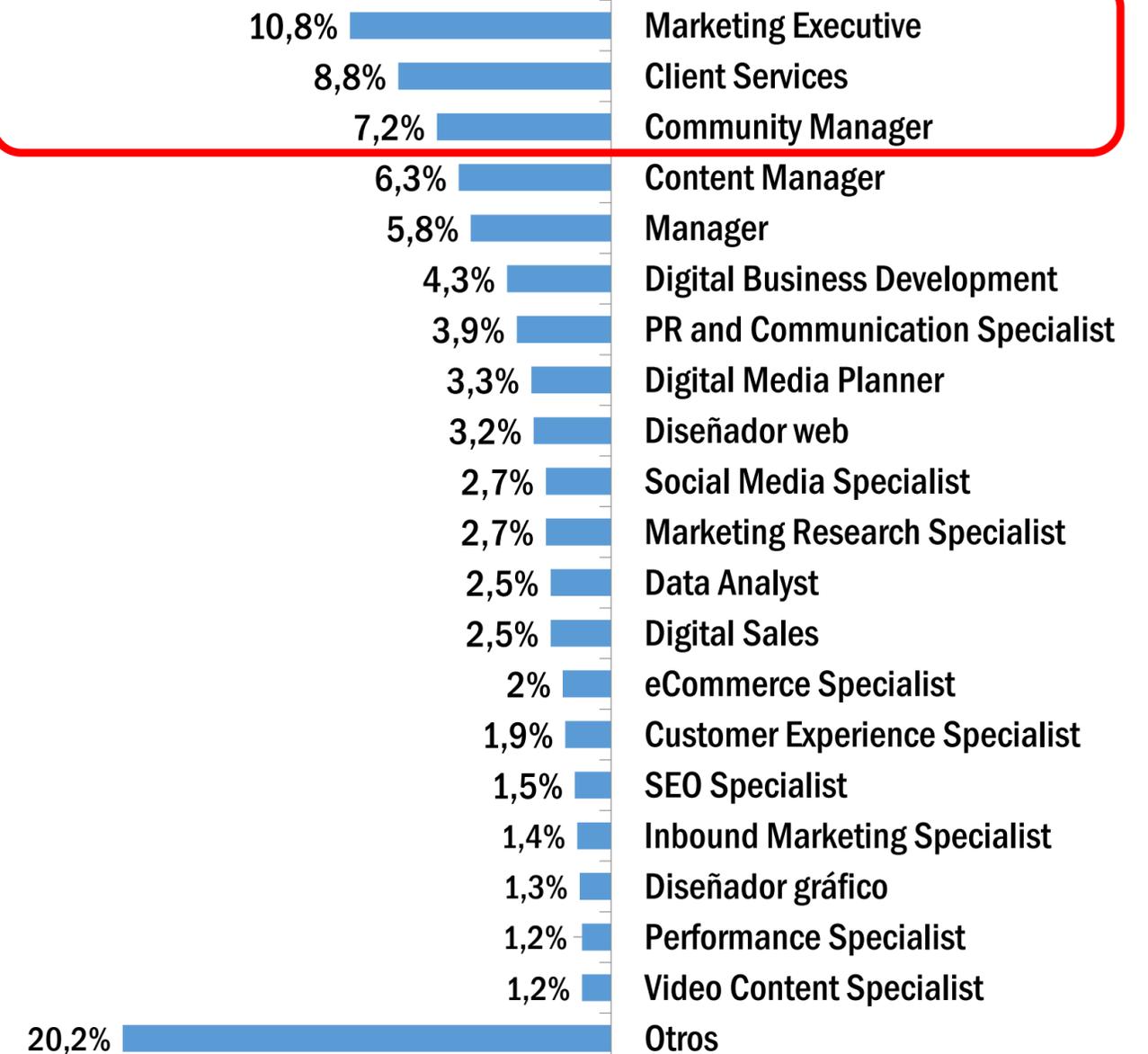
Al preguntar a los usuarios por su categoría profesional dentro de la empresa, encontramos que **Manager/Mando intermedio** y **Técnico/Junior** es la categoría más común.

2. MERCADO LABORAL ACTUAL – Información sobre el puesto

Anterior puesto de trabajo



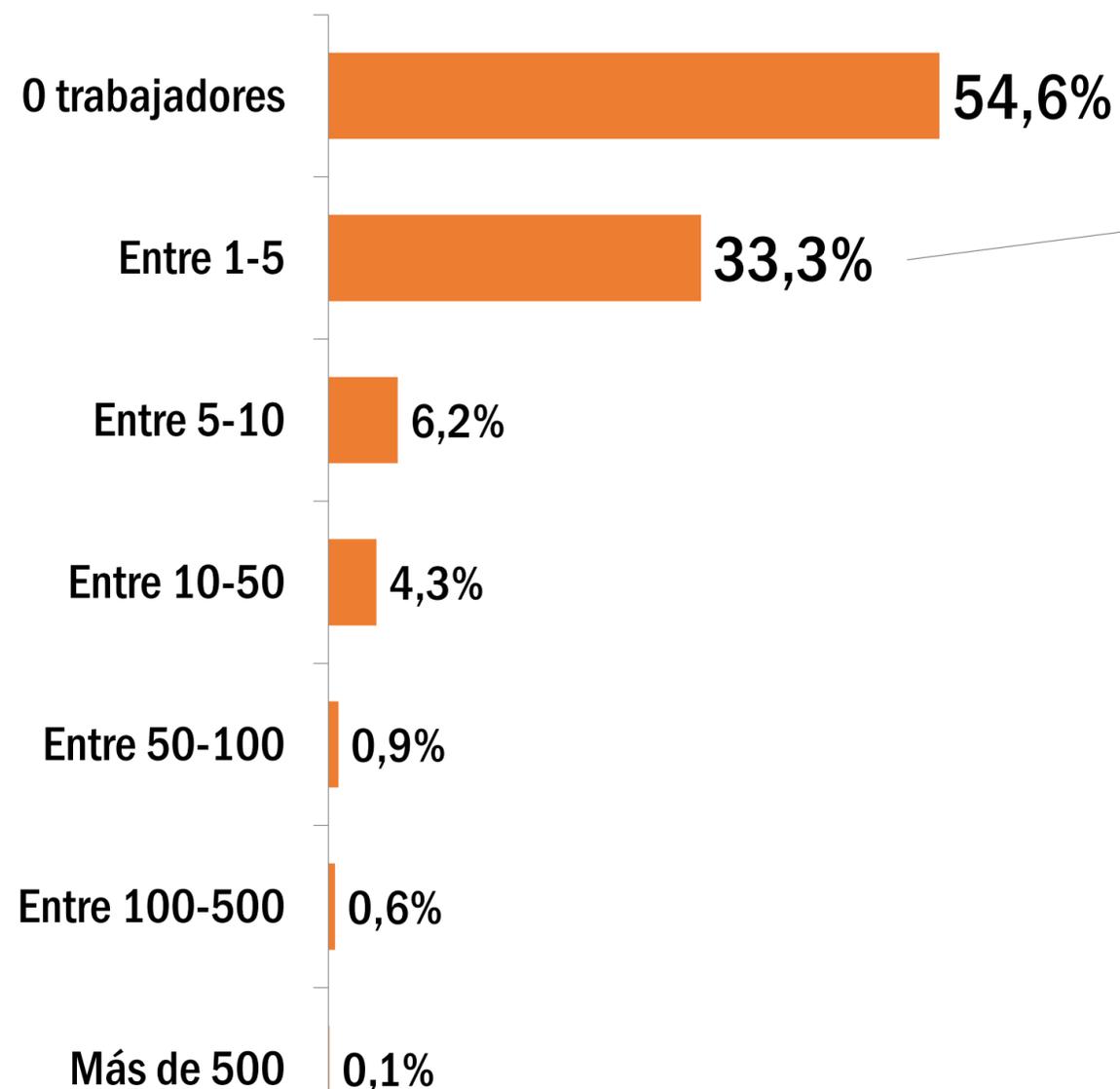
Actual puesto de trabajo



P7. ¿Cuál es el último puesto que has desempeñado antes del que ocupas en la actualidad?: Base: 1.150

P8. ¿Qué puesto ocupas en la actualidad?: Base: 1.150

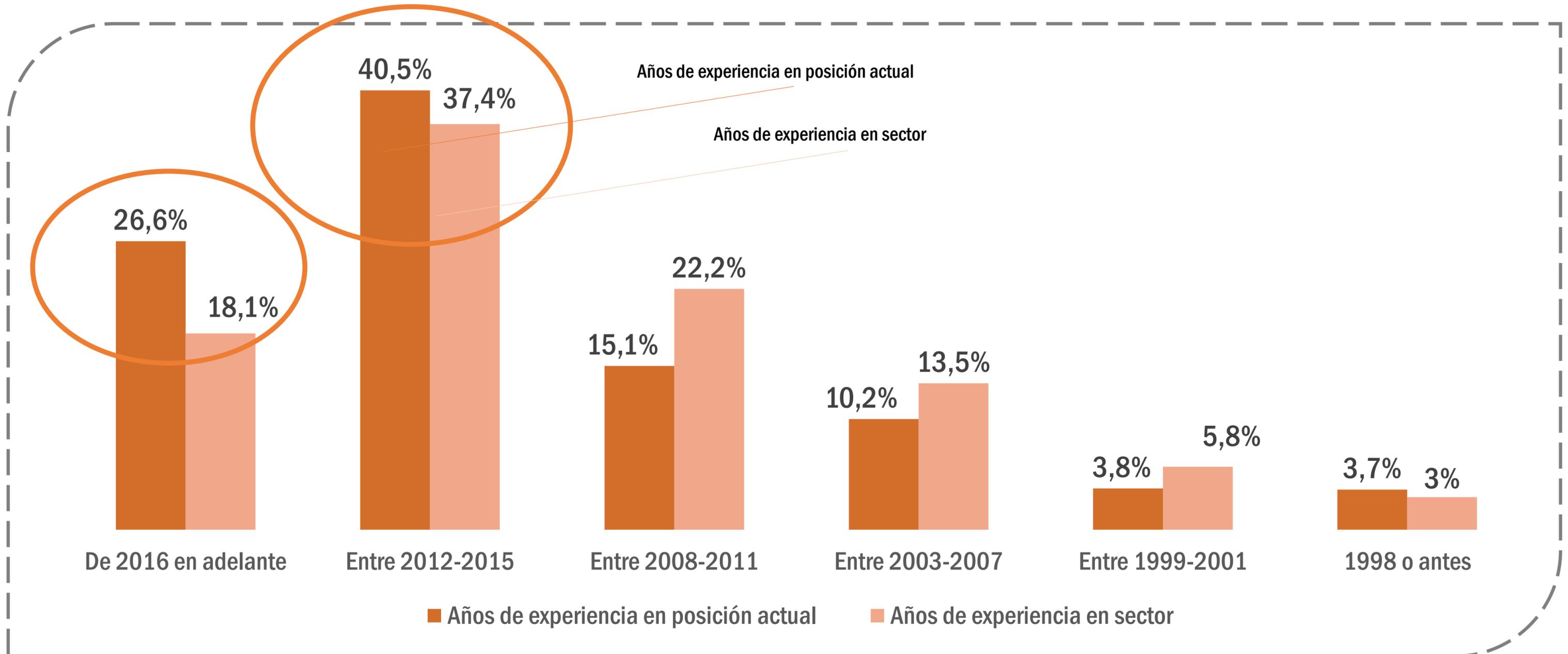
2. MERCADO LABORAL ACTUAL – Número de personas a cargo



Los Directores y Gerentes (14,5%) y los Managers/Mandos intermedios (38,3%) tienen una media de 1-5 trabajadores a su cargo.

Observamos que más de la mitad de los usuarios entrevistados no tienen equipo a su cargo mientras que un 33% gestiona equipos de entre 1 y 5 personas.

2. MERCADO LABORAL ACTUAL – Años de experiencia



P10. ¿Cuántos años de experiencia posees dentro de tu posición actual? Base= 1.150

P11. ¿Cuántos años de experiencia posees dentro del sector marketing/publicidad digital? Base= 1.150

ANÁLISIS DE LAS APTITUDES

Nivel de formación y competencias profesionales

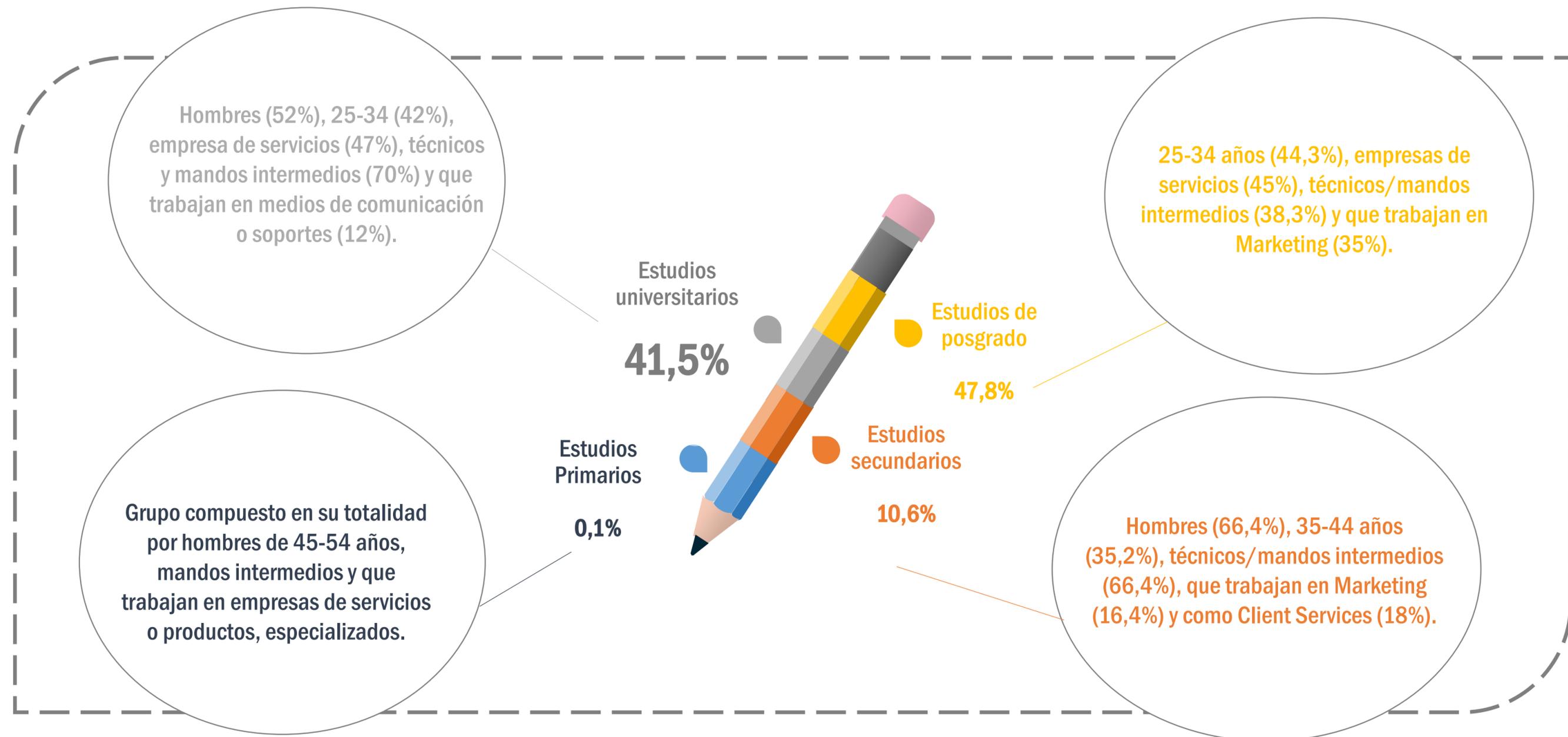
iab spain

SCHIBSTED
SPAIN

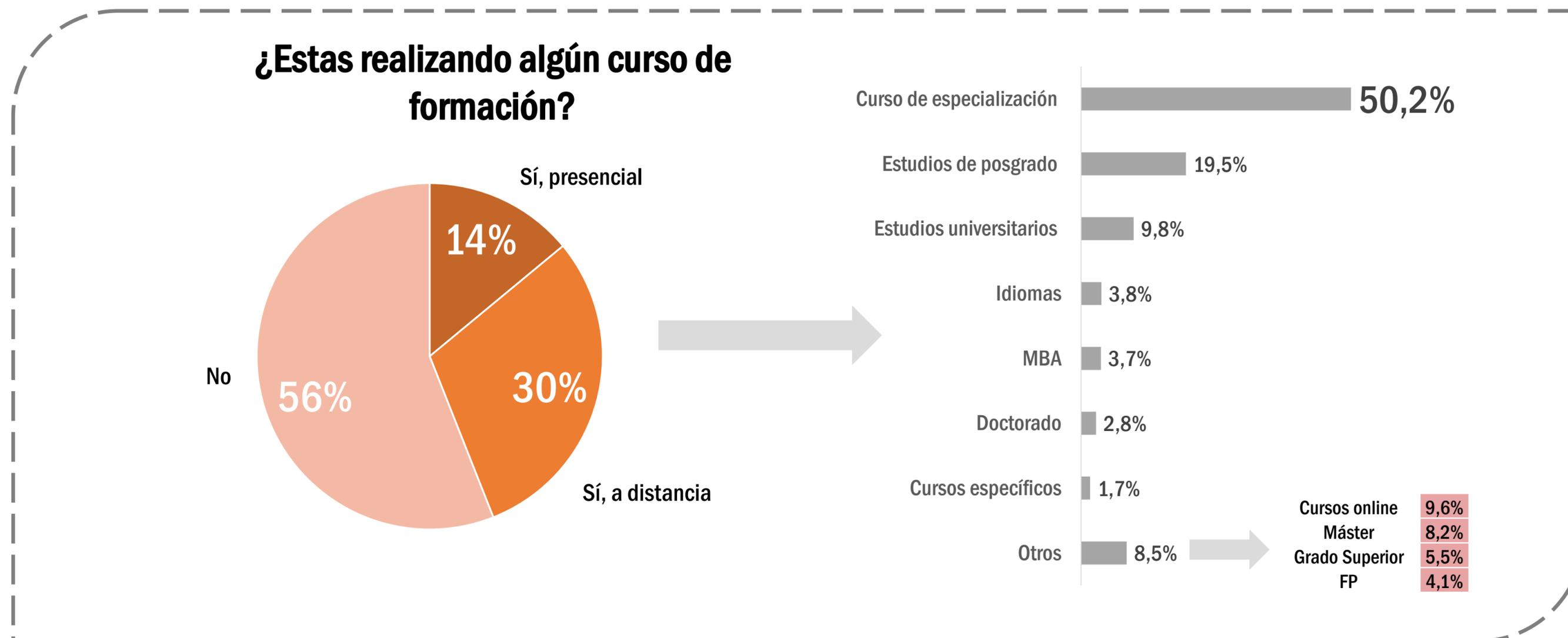
#IABMercadoLaboral

ANÁLISIS DE APTITUDES – Nivel de formación

9 de cada 10 usuarios entrevistados cuenta con un elevado nivel de formación, ya se trate de estudios universitarios o de posgrado.



Del 44% de los usuarios que están actualmente formándose, la mitad estaría haciendo cursos de especialización.

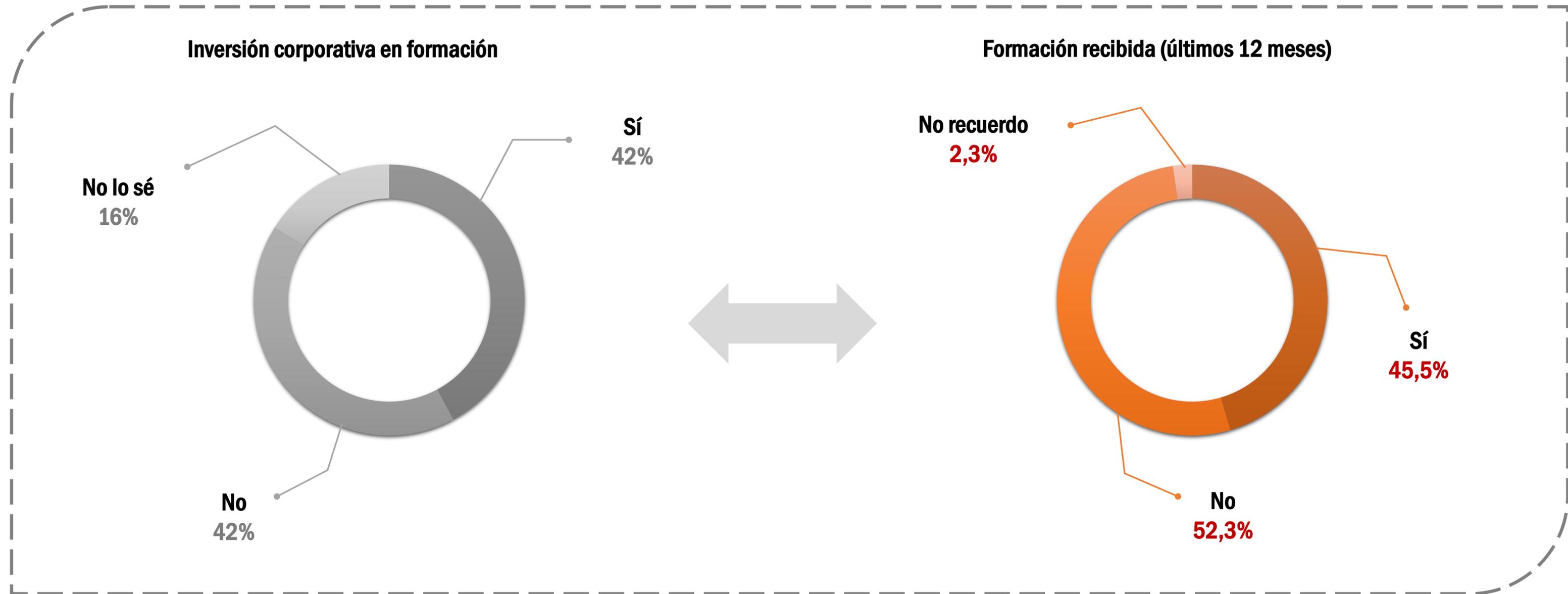


P13. ¿Estás actualmente realizando algún tipo de formación? Base=1.150

P14. ¿Qué tipo de formación estás cursando? Base=508

ANÁLISIS DE APTITUDES – Inversión corporativa

La proporción de empresas que invierten en formación estaría igualada con el de aquellas que no destinan una proporción de su presupuesto a este fin.

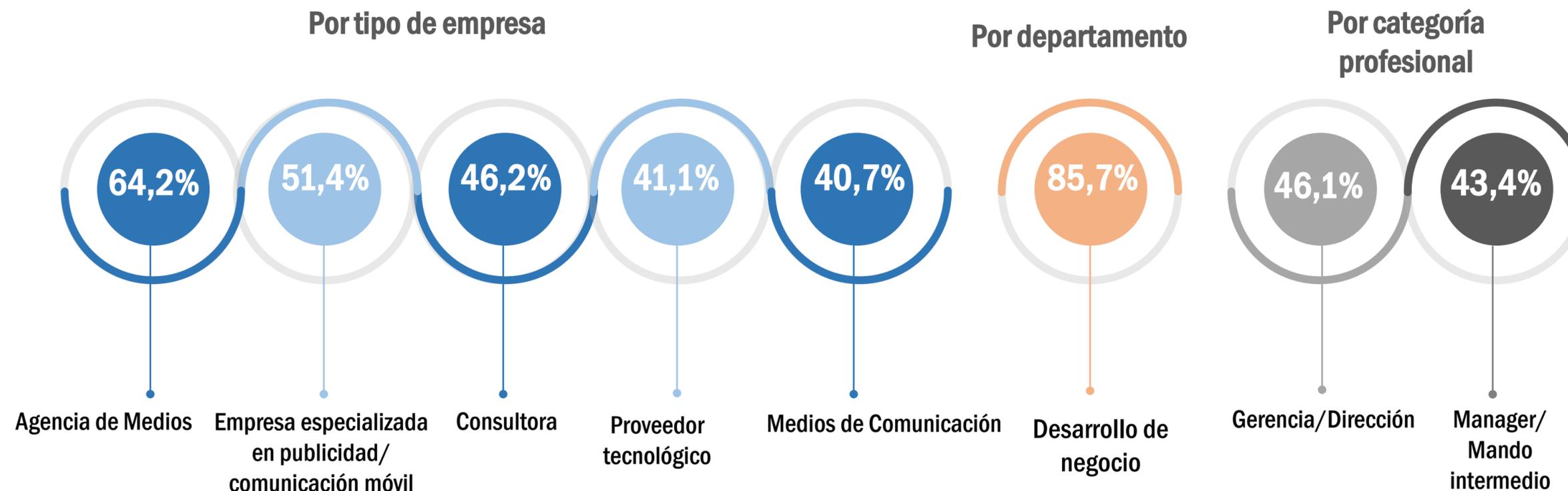


P.15. ¿Tu empresa invierte en formación para los empleados?

P.16. ¿Has recibido formación online o presencial por parte de tu empresa en los últimos 12 meses?

Base =1.150

ANÁLISIS DE APTITUDES – ¿Quiénes invierten y reciben formación?

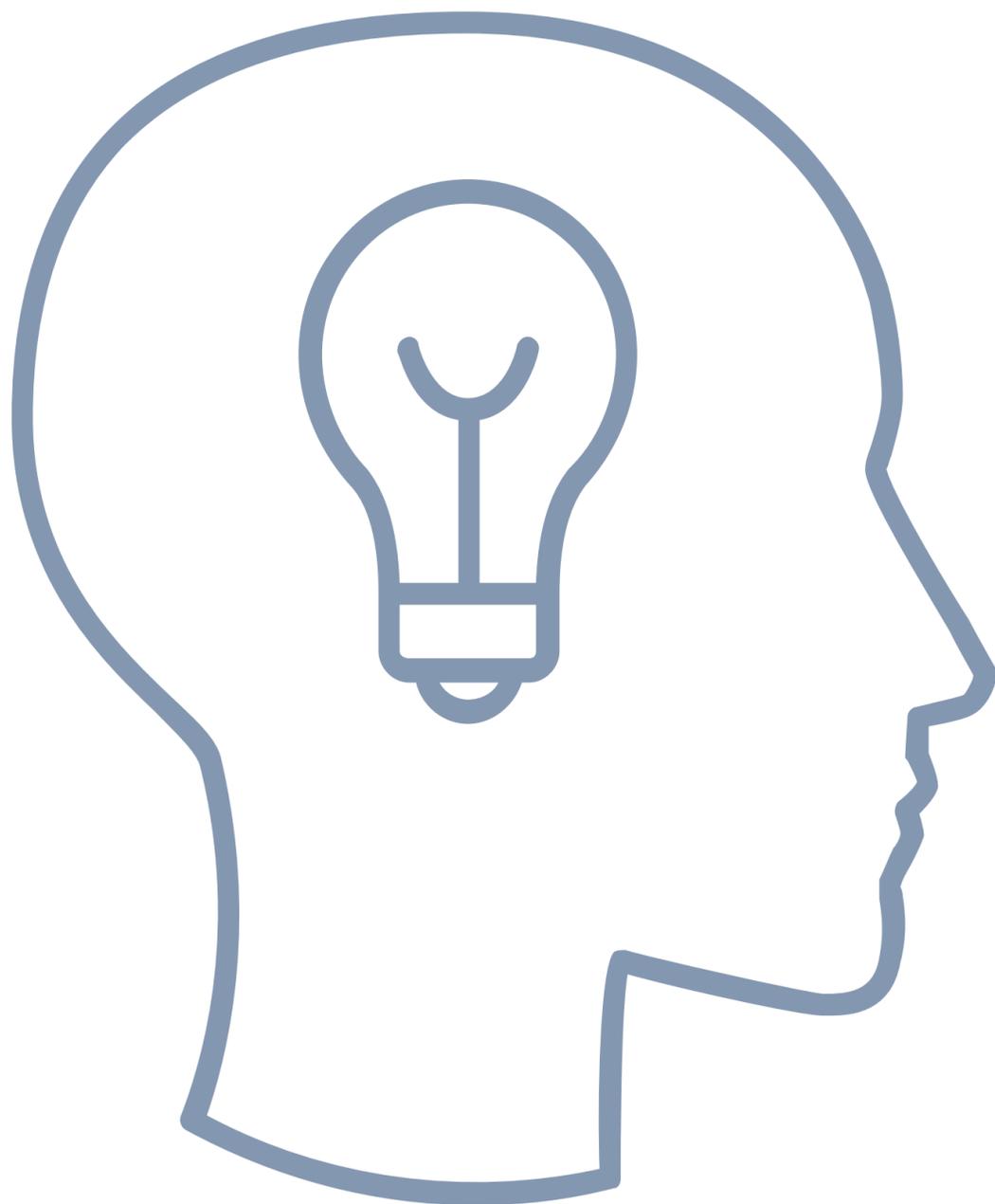


Las **Agencias de Medios** son las que realizan una mayor inversión en formación, siendo equipos de **Desarrollo de Negocio** los más implicados en esa inversión formativa y las categorías profesionales de **Gerencia/Dirección** y **Mandos intermedios**.

P.15. ¿Tu empresa invierte en formación para los empleados?

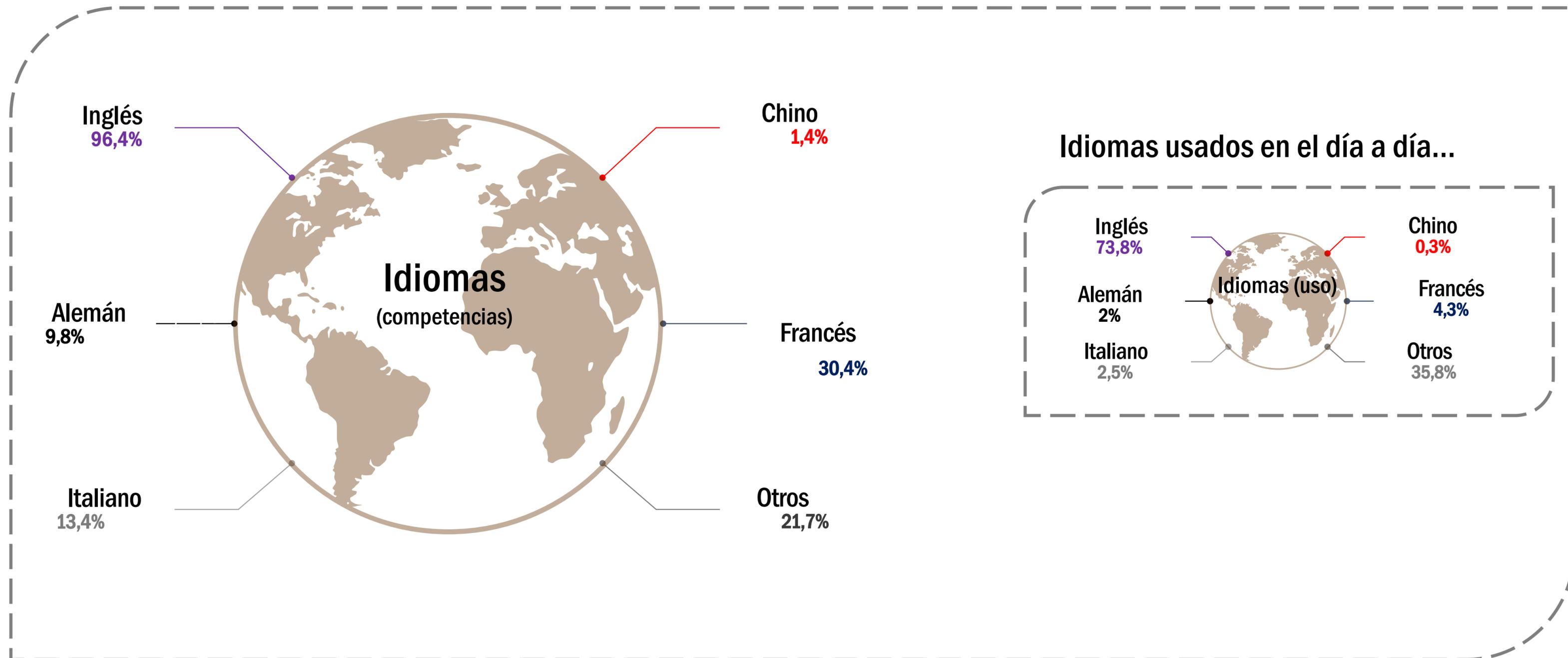
P.16. ¿Has recibido formación online o presencial por parte de tu empresa en los últimos 12 meses?

Base = 1.150



¿Cómo son los trabajadores que están actualmente formándose?

El perfil del trabajador que está realizando un curso de especialización en este momento es más masculino (55,3%), de entre 25 y 34 años de edad (41,2%), el 28,6% trabaja en Agencia Creativa o de Marketing y su categoría profesional sería Manager/Mando intermedio (37,6%) o Técnico Junior (32,5%).



P.17. Del siguiente listado selecciona los idiomas de los que poseas conocimiento Base: 1.150

P.18 ¿Y cuáles usas en tu día a día en el trabajo? Base= 1.150

ANÁLISIS DE APTITUDES – Competencias / Idiomas (inglés)

Conocimiento de Inglés

Por tipo de empresa



Por departamento

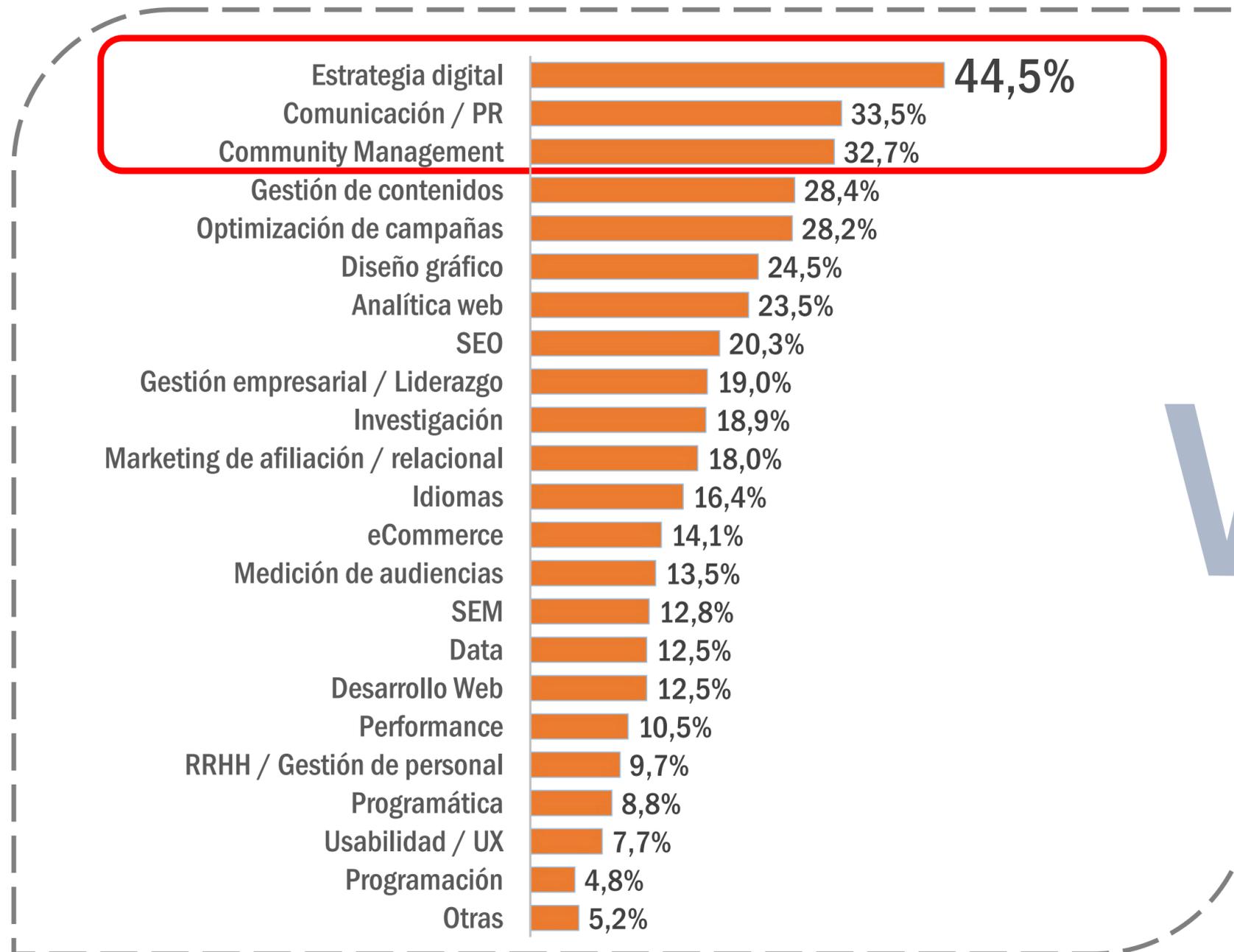
Por categoría

Los Manager/Mandos intermedios (38,7%) y los Técnicos/Junior (33,1%) representan los perfiles que más utilizan el inglés en el trabajo.

A pesar de que las muestras son reducidas, podemos observar como las Agencias y Departamentos de Marketing y de nuevo los mandos intermedios y técnicos representan los segmentos en los que más se hablarían otros idiomas, como alemán, francés e italiano.

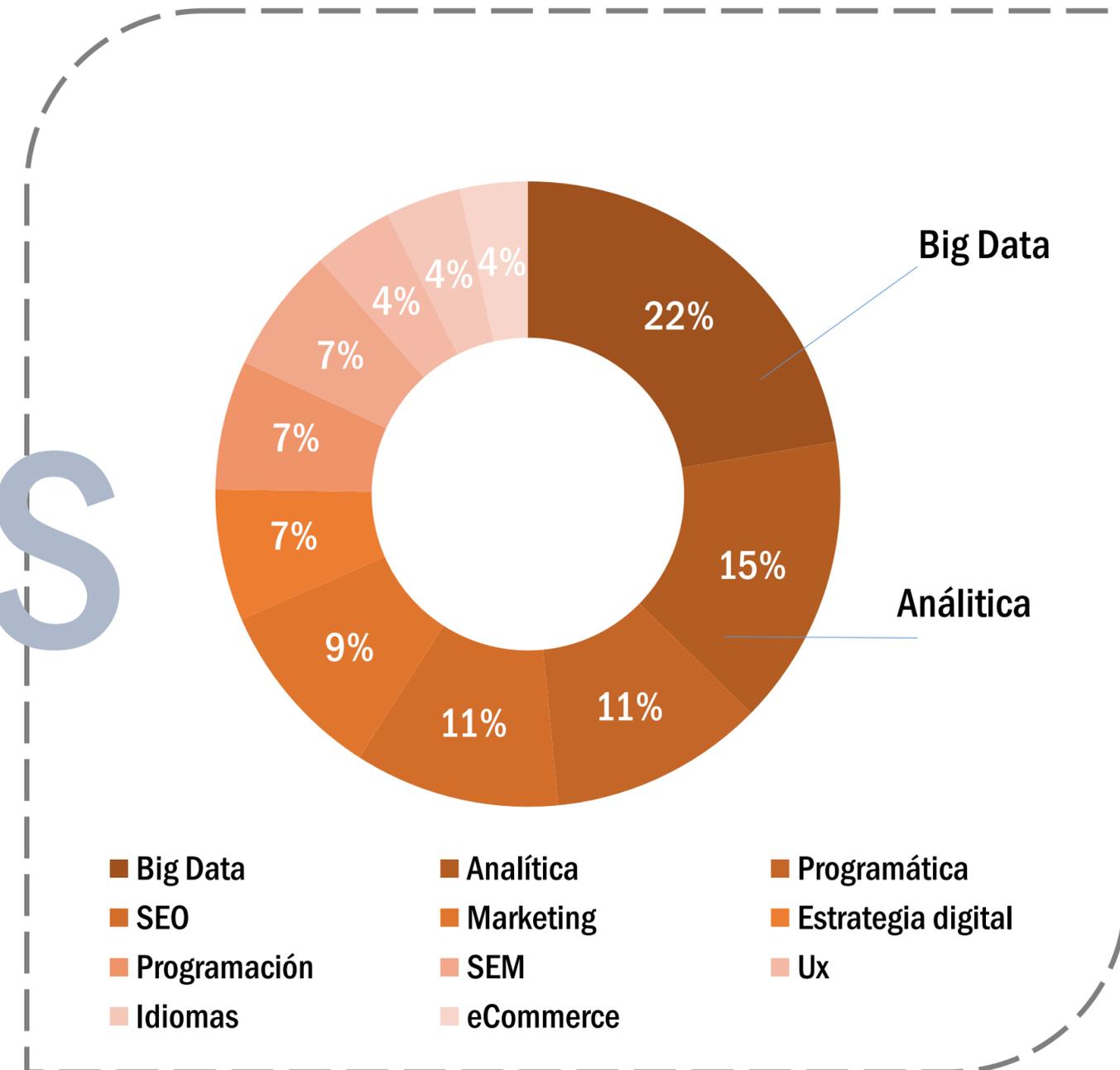
ANÁLISIS DE APTITUDES – Competencias más utilizadas vs más demandadas

Competencias más utilizadas



VS

Competencias más demandadas



P.19. A continuación te mostramos un listado de competencias profesionales. Por favor marca las 5 que más usas en tu trabajo

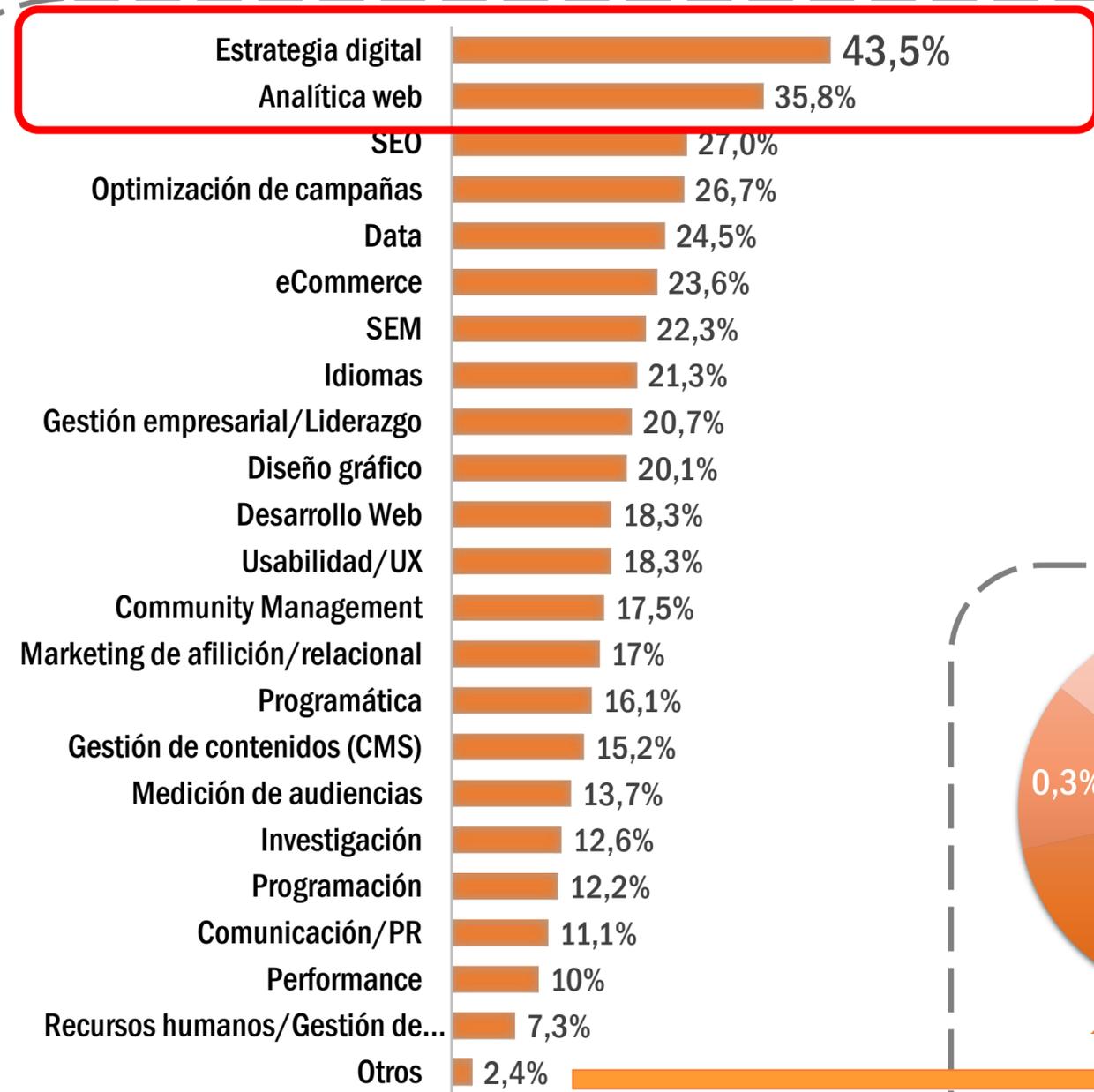
Base= 1.150

P.20. ¿Qué tipo de conocimientos o materias crees que serán más demandadas para tu puesto en los próximos 12 meses?

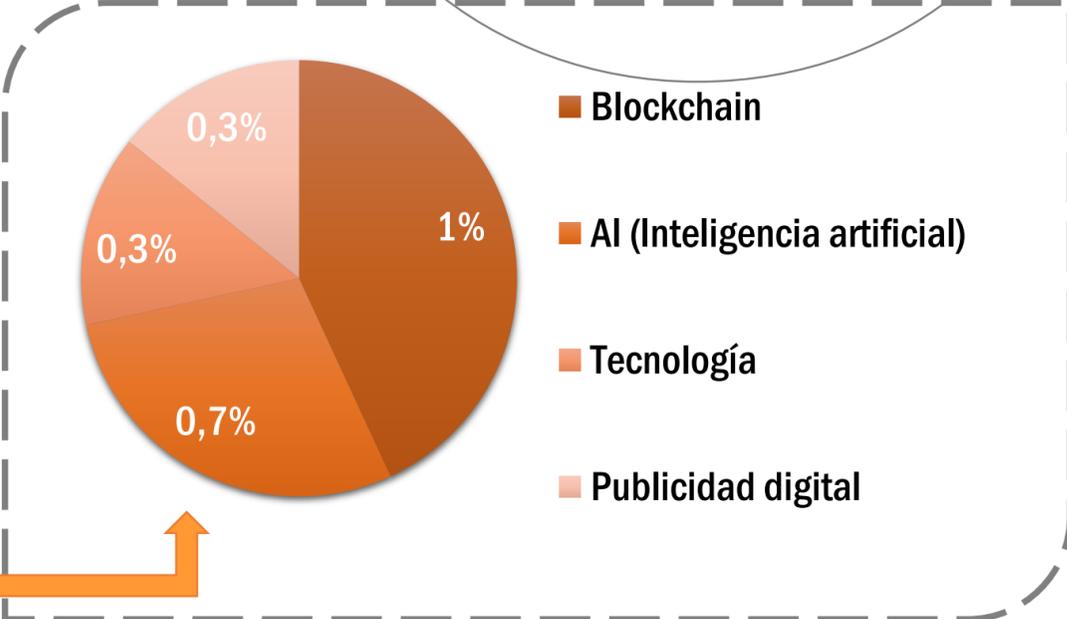
Base=1.150

ANÁLISIS DE APTITUDES – Competencias (aspiracional)

PROSPECTIVA DE COMPETENCIAS



El **Blockchain** acapara el mayor número de menciones en abierto, nuevos conceptos y temáticas en auge sobre las que los profesionales aspiran a tener mayor capacitación.



La **Estrategia digital** figura como la competencia más atractiva, casi el 44% de los usuarios les gustaría formarse o ampliar sus conocimientos en esta materia.

P.21. ¿En cuáles de las siguientes competencias te gustaría formarte o ampliar conocimientos?
Base= 1.150

Aspiraciones de los trabajadores

Análisis de expectativas y preferencias

iabspain

SCHIBSTED
SPAIN

#IABMercadoLaboral

EXPECTATIVAS Y PREFERENCIAS - Expectativas a corto plazo

Continuar en mi
actual compañía

37,6%

Cambiar de
compañía

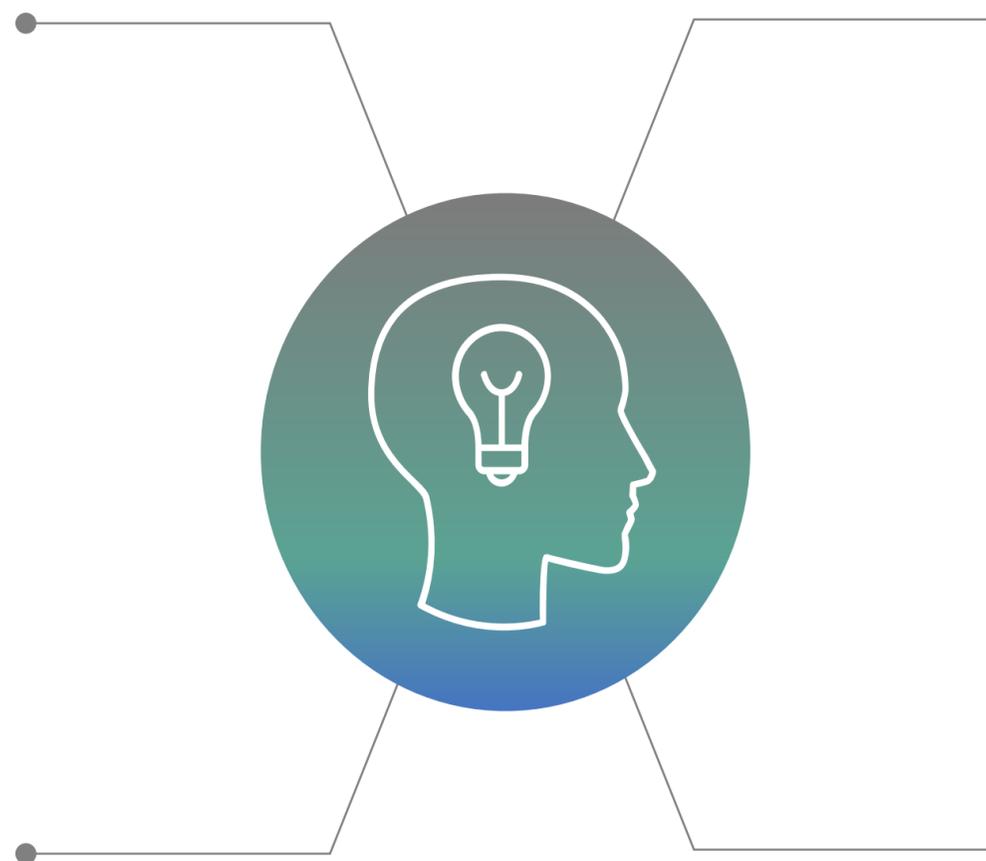
32,4%

Cambiar de
compañía a medio
plazo

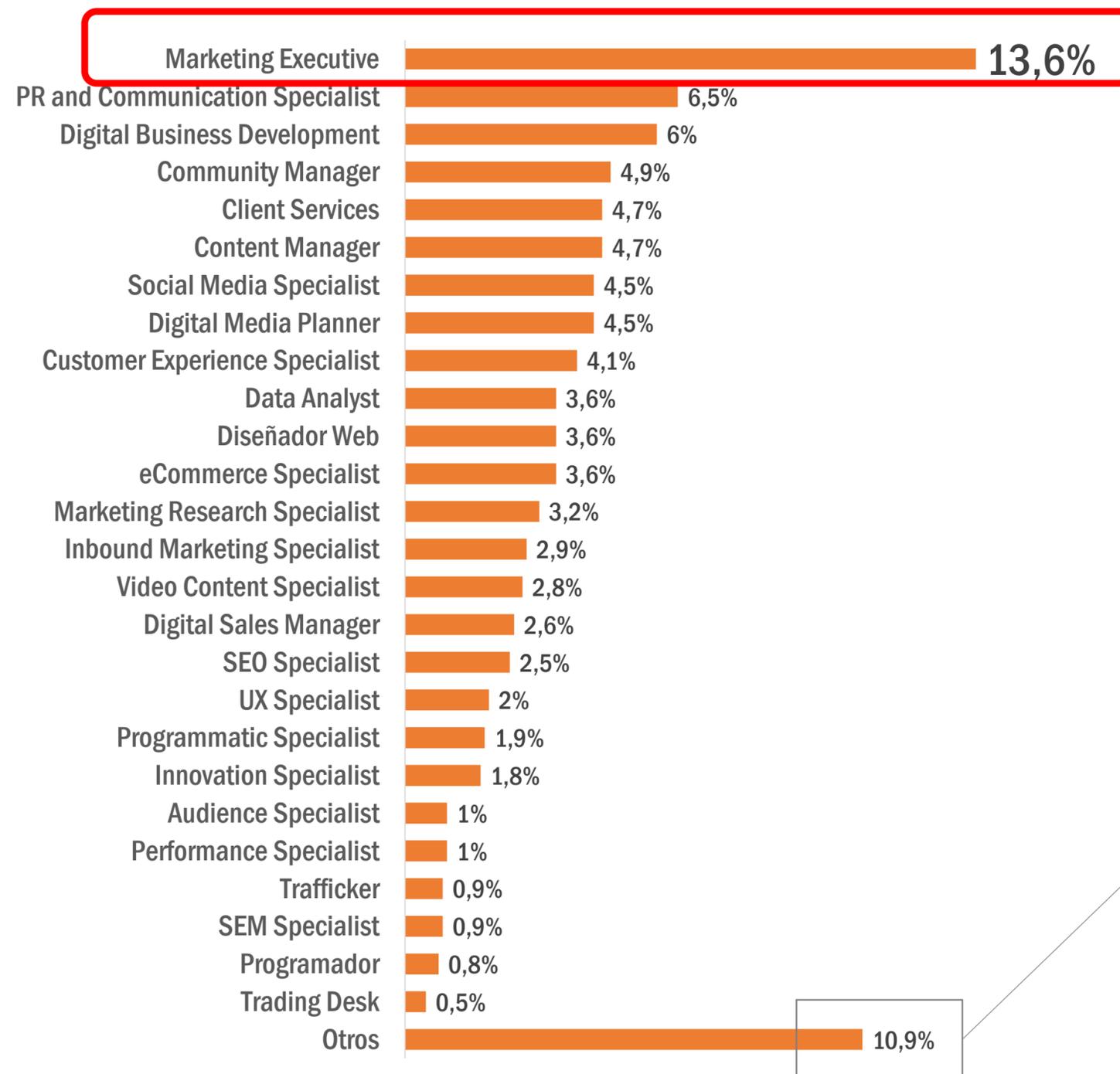
20,2%

Emprender por mi
cuenta con un nuevo
negocio

9,8%



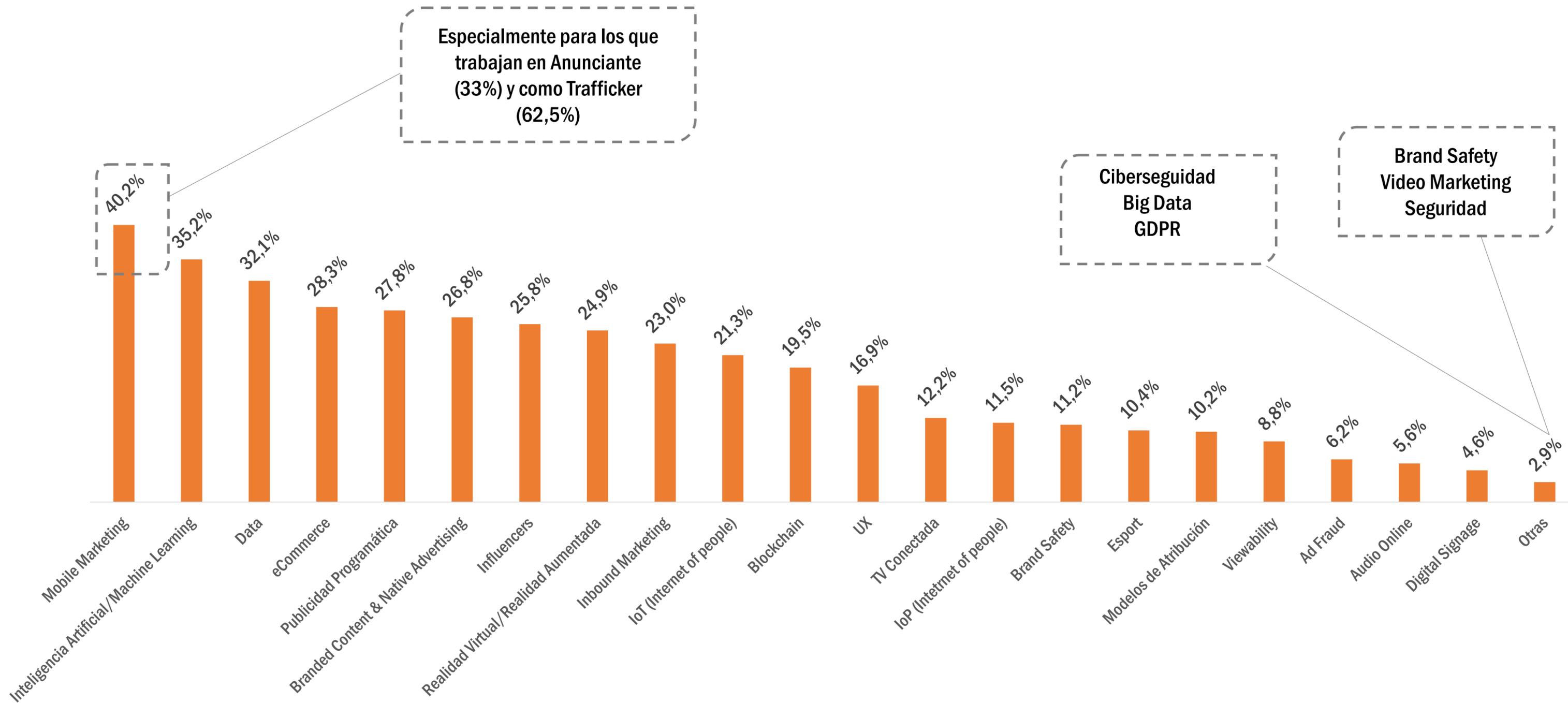
EXPECTATIVAS Y PREFERENCIAS - El puesto ideal



Marketing Executive aparece como el puesto más demandado, seguido de PR and Communication Specialist y Digital Business Development.

Creativo	6,3%
Ninguno	5,5%
Consultor	3,9%
CEO	3%
Dirección General	2,4%

EXPECTATIVAS Y PREFERENCIAS - Expectativas sobre temáticas

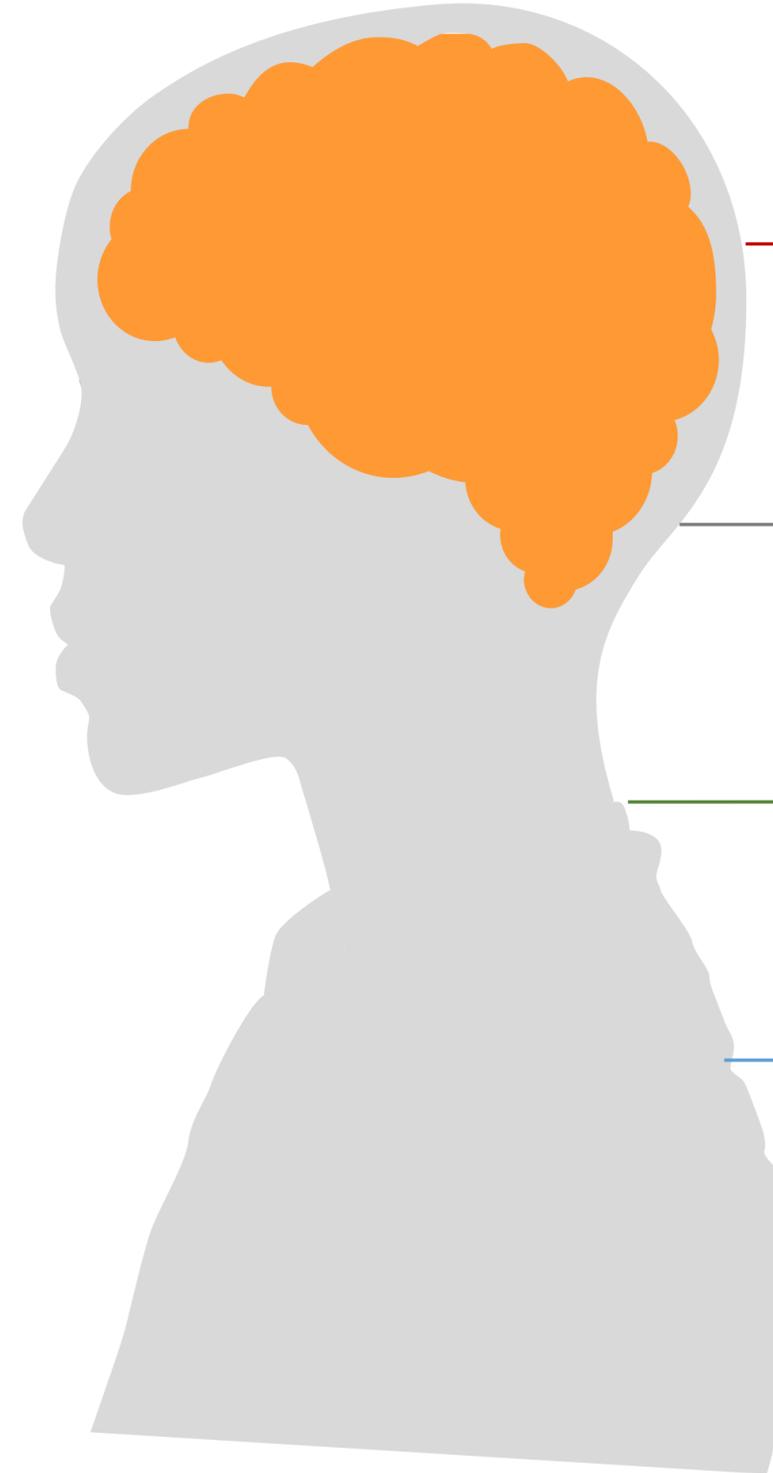


P.25. De las siguientes temáticas ¿cuál/es crees que serán las áreas más relevantes en las que se va a trabajar en los próximos 12 meses?
Base=1.150

EXPECTATIVAS Y PREFERENCIAS - Ideal organizativo



Si bien el **40,5%** de los entrevistados prefiere trabajar en equipo, las preferencias del 28% dependerían del proyecto del que se trate. La proporción de usuarios que preferirían trabajar solos es minoritaria (5%).



Prefiero trabajar en equipo
40,5%

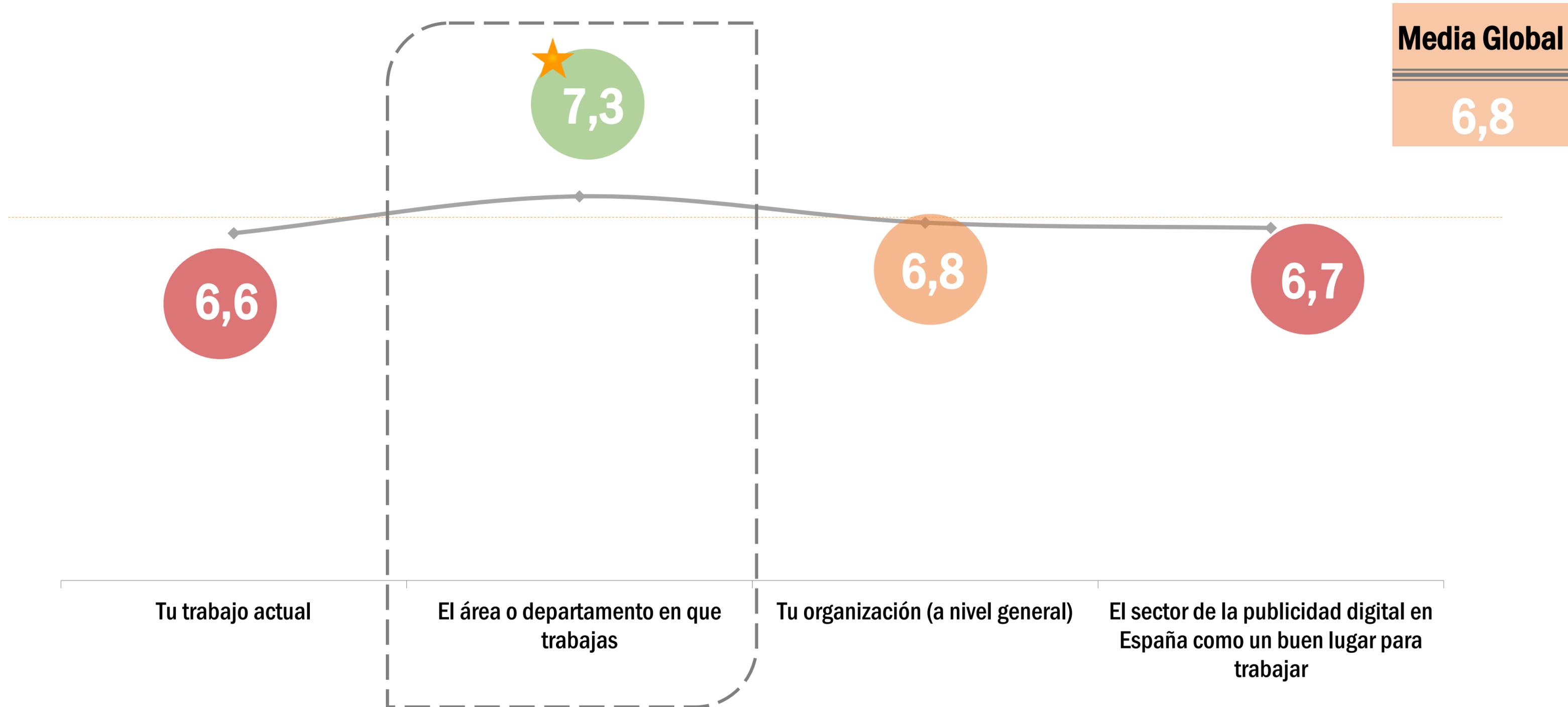
Depende del proyecto
28%

Me es indiferente, me adapto a cualquier situación
26,9%

Prefiero trabajar solo
4,6%

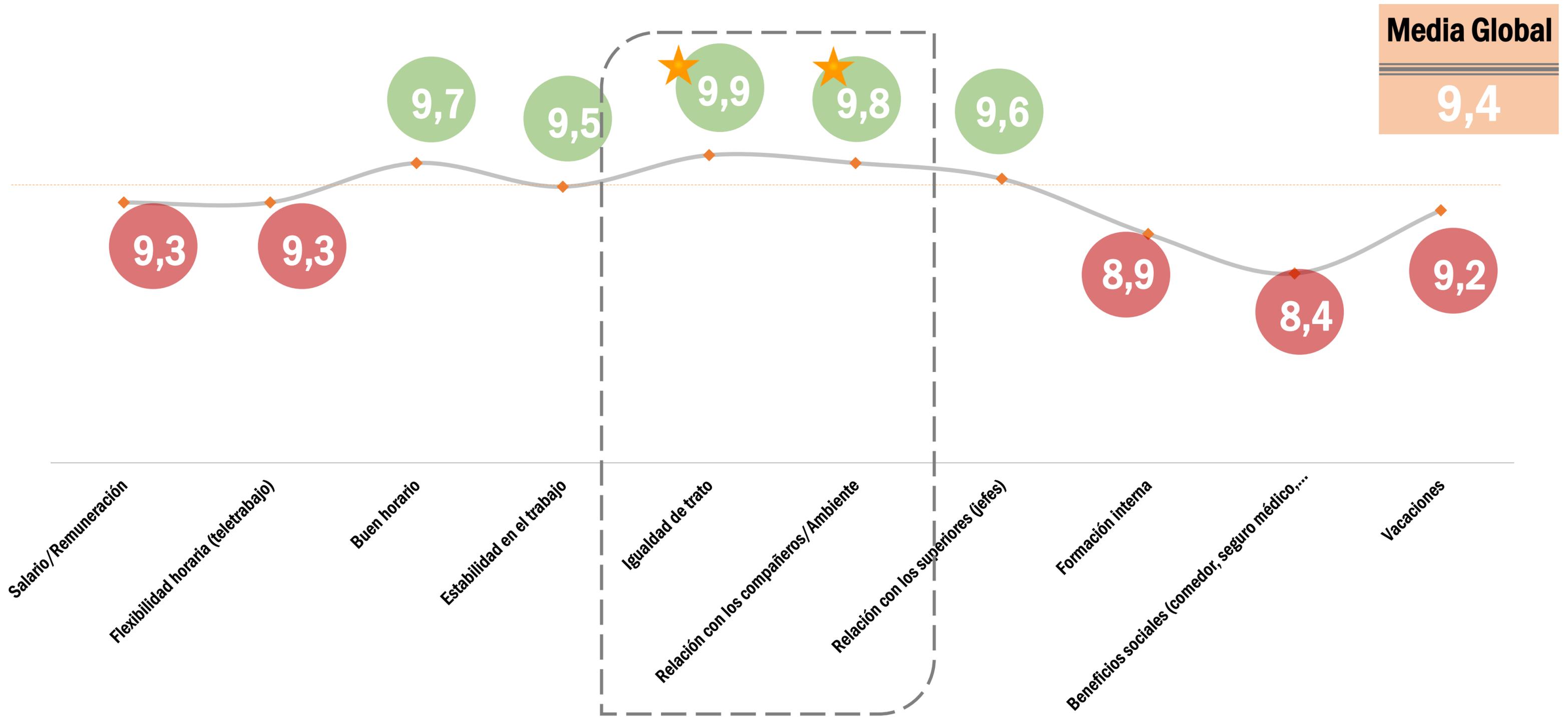
Satisfacción y clima laboral

SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL - Valoración trabajo, área, organización y sector



P.32. En una escala de 0 a 10 en la que 0 significa MUY INSATISFECHO/A y 10 MUY SATISFECHO/A ¿cuál es tu nivel de satisfacción con respecto a...?
Base=1.150

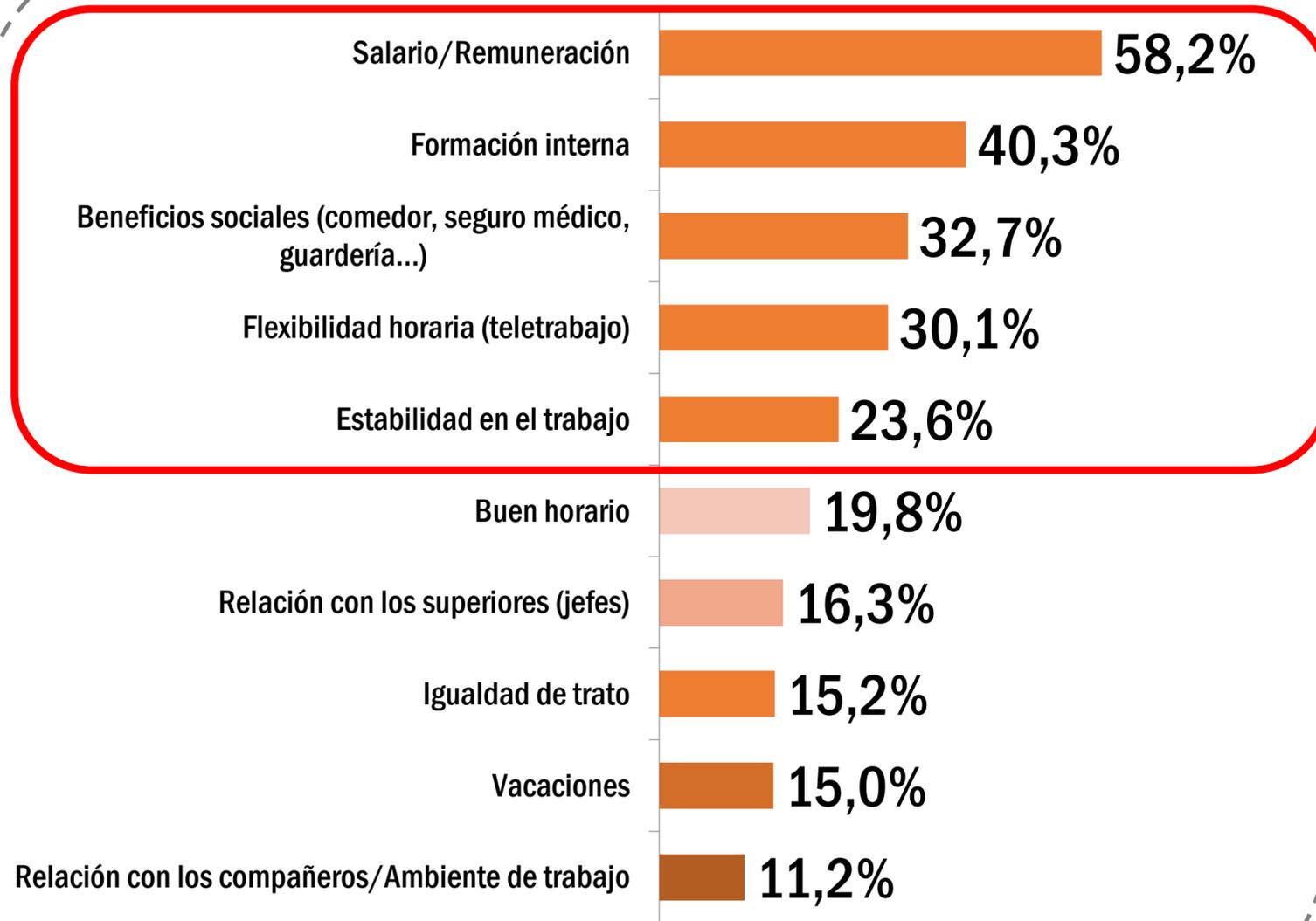
SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL - Valoración puesto de trabajo



P.27. ¿Cómo de importantes son para ti los siguientes aspectos de un puesto de trabajo?
 Valora cada uno de los aspectos en una escala del 0 al 10, donde 0 es nada importante y 10 muy importante.
 Base=1.150

¿Qué caracteriza a los trabajadores que registran altos índices de satisfacción?

- Tienen entre **25-34 años** y no se registran diferencias significativas por sexo.
- Su **nivel de formación es alto**, cuentan con estudios universitarios o de posgrado.
- Pertenecen a **empresas de servicios** o productos especializados en marketing, publicidad o comunicación digital, principalmente a **Agencias de Marketing.**
- En cuanto al puesto que desempeñan, destaca **Marketing Executive.**



TOP 5 demandas



El salario y la formación interna encabezan el top 5 de demandas no satisfechas por las empresas del sector.

SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL - Demandas insatisfechas

En cuanto a las demandas insatisfechas, se aprecian diferencias en función del género de los entrevistados:



Salario/Remuneración	53,2%	46,8%
Flexibilidad horaria	57,5%	42,5%
Buen horario	50,4%	49,6%
Estabilidad en el trabajo	50,4%	49,6%
Igualdad de trato	61,7%	38,3%
Relación con los compañeros	49,6%	50,4%
Relación con los superiores	49,5%	50,5%
Formación interna	49,9%	50,1%
Beneficios sociales	54,3%	45,7%
Vacaciones	39,9%	60,1%

SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL - Objetivos vs estrategia

- La mayoría de los usuarios encuentran coherentes los objetivos de la organización en la que trabajan con respecto a la estrategia que lleva a cabo en contraposición con el 19,9% que opina lo contrario.
- Las Agencias de Marketing y, por perfil, los mandos intermedios y técnicos son los que tienen opiniones más polarizadas con respecto al resto.
- Es en las agencias creativas donde se registra una mayor confusión (16%) en cuanto a cuáles son los objetivos de la organización en la que trabajan.



51%

Sí

19,9%

No

13,6%

No tengo claros cuáles son los objetivos de mi organización

15,5%

Prefiero no contestar

SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL – La comunicación interna y externa



La comunicación interna

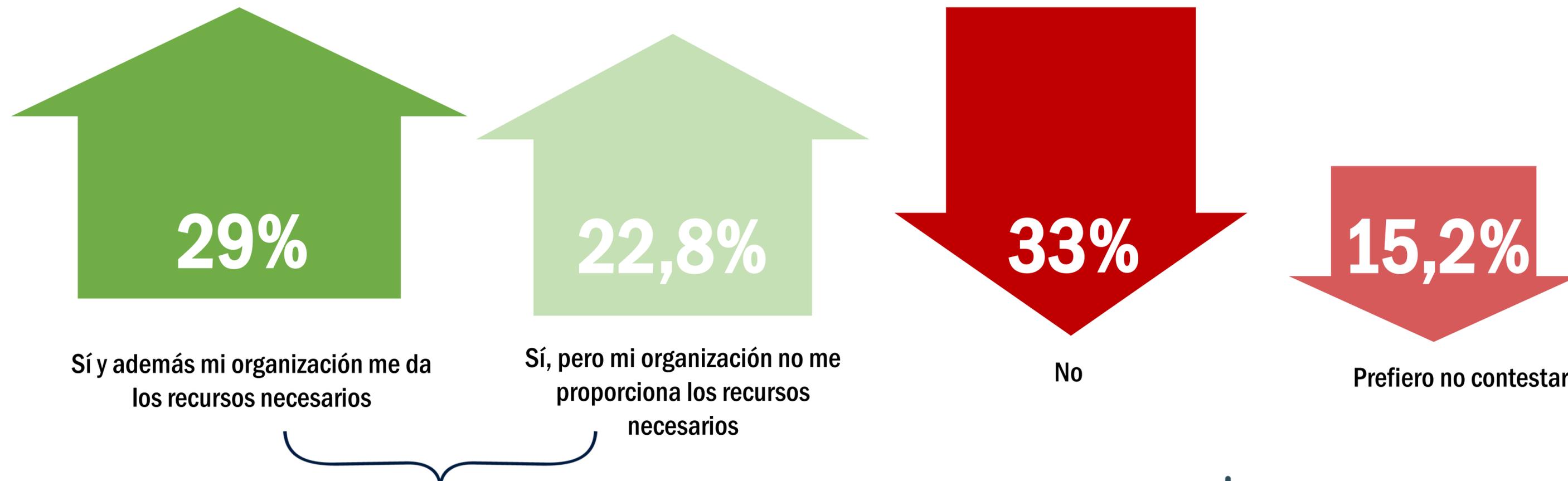


La comunicación externa



P30.1. ¿Cómo evaluarías la comunicación interna de tu organización?
P30.2. ¿Cómo evaluarías la comunicación externa de tu organización?
Base=1.150

SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL - Posibilidad de desarrollo



Un 56% de los profesionales que están iniciando sus carreras profesionales en el sector digital (entre los 25-34 años) consideran que tienen posibilidades de desarrollo en sus actuales empresas. Principalmente son trabajadores de empresas que invierten en formación (57%). Se perciben mayores posibilidades de desarrollo en Agencias de Medios (64%) y de Marketing (59%).



TOP 5

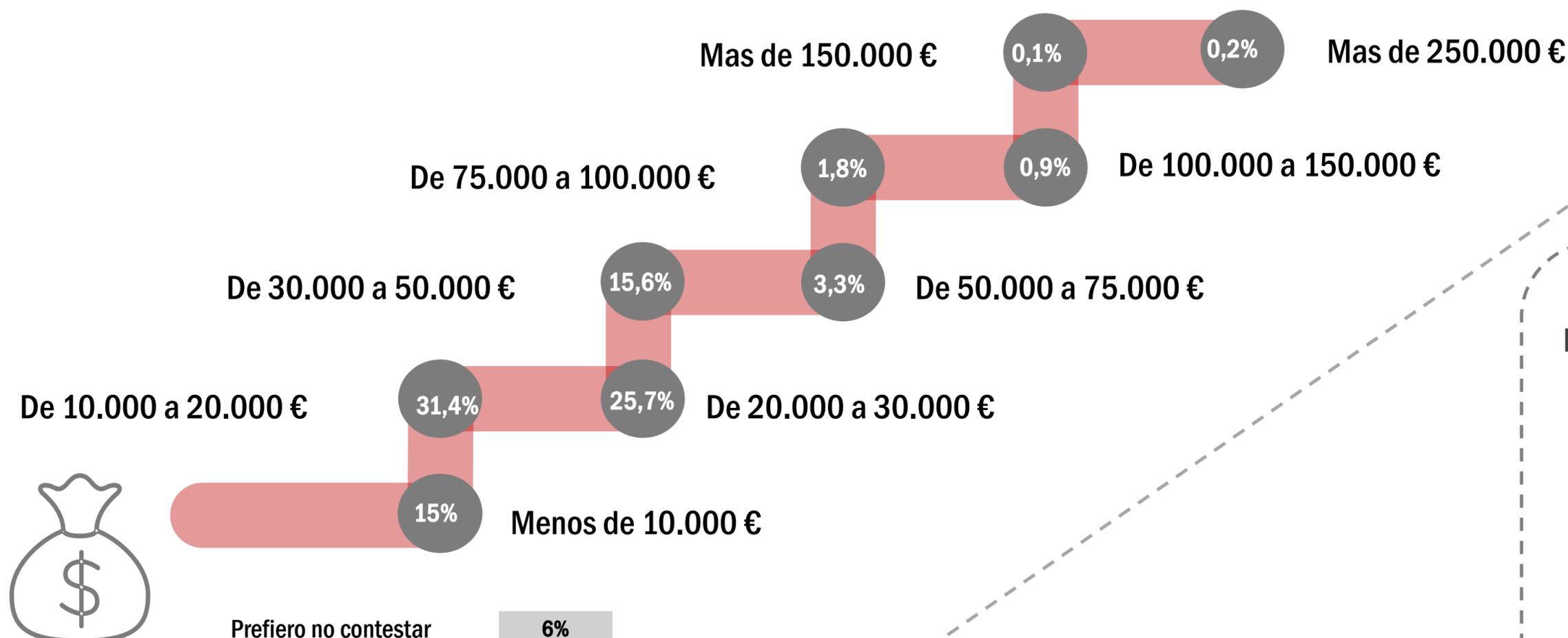
Desorganizada
Buena
Obsoleta
Innovadora
Dinámica



SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL - Ingresos anuales

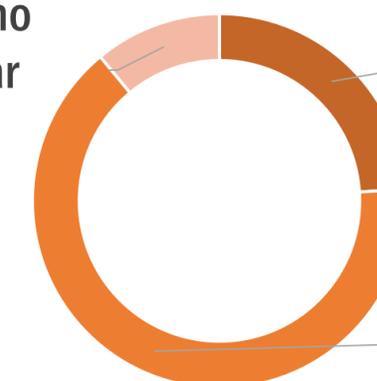


El grado de satisfacción se incrementa a partir de los 50.000 €



¿Retribución adecuada?

Prefiero no contestar
11%



Sí
24%

No
65%

P.34 De los siguientes rangos de ingresos anuales, ¿podrías indicar en cuál de ellos te encuentras?

P.35 ¿Consideras que tu retribución está acorde al trabajo que desempeñas?

Base=1.150

SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL - Ingresos anuales

		Retribución adecuada (nivel de satisfacción)		
		Sí	No	Prefiero no contestar
Ingresos netos anuales	Menos de 10.000 €	8,7%	78,6%	12,7%
	De 10.000 € a 20.000 €	14,7%	77,0%	8,3%
	De 20.000 € a 30.000 €	22,6%	68,6%	8,8%
	De 30.000 € a 50.000 €	43,6%	44,1%	12,3%
	De 50.000 € a 75.000 €	50,0%	36,8%	13,2%
	Más 75.000 €	67,6%	23,5%	8,8%

P.34 De los siguientes rangos de ingresos anuales, ¿podrías indicar en cuál de ellos te encuentras?

P.35 ¿Consideras que tu retribución está acorde al trabajo que desempeñas?

Base=1.150

CONCLUSIONES

Principales INSIGHTS

Conclusiones

- **Primeros años del sector digital.** Resulta significativo que el 26,8% de los profesionales del sector digital con edades comprendidas entre los 45 y 54 años iniciaron su carrera durante los primeros años de desarrollo en este sector (previo a 1998).
- **Nivel de formación.** El grupo de edad con mayor grado de formación (de posgrado) lo componen los individuos entre 25-34 años representando un 44,3%. Aquellos con edades comprendidas entre 35-44 años destacan por haber finalizado los estudios secundarios (35,2%).
- **Competencias digitales.** Estrategia digital y Comunicación se erigen como las competencias profesionales más utilizadas en el trabajo, por delante de otras como SEO, Optimización de campañas y Data. El conocimiento en el área de Big Data será la competencia más demandada en los próximos 12 meses (13%), seguido de Analítica, Programática y SEO.
- **Análisis de expectativas.** El mayor índice de individuos que se plantean **cambiar de compañía** se concentran en **empresas especializadas en marketing, publicidad o comunicación digital (51,2%)**. Los **autónomos y freelances** son los que tienen **menos intención de cambio**, tanto a corto como medio plazo tienen (**13,1% y 15,1% respectivamente**) y, como es obvio, los que tienen mayor predisposición al emprendimiento (**55,8%**).

Conclusiones

- **Satisfacción laboral.** Analizando el perfil de quienes declaran tener un alto nivel de satisfacción en el trabajo (valoración +7), encontramos un individuo de 25-34 años, con nivel de formación alto, que trabajan en agencias de marketing principalmente y en cuanto al puesto que ocupan destaca “Marketing Executive”.
- El salario, la formación interna, los beneficios sociales, la flexibilidad horaria y la estabilidad en el trabajo conforman el top 5 por orden de demandas no satisfechas por las empresas del sector de Marketing, Publicidad y Comunicación Digital en España. Cabe destacar que las mujeres reclaman principalmente una mayor igualdad de trato, mejores salarios y mayor flexibilidad horaria. Los hombres, por su parte, reclaman mejores condiciones en cuanto a las vacaciones y mejor relación con los superiores y compañeros.

CONTACTO



- **Belén Acebes**

Directora de Marketing e Investigación - **IAB Spain**

belen@iabspain.net

- **Coral Mozas**

Ejecutiva de Marketing e Investigación - **IAB Spain**

coral@iabspain.net

- **Andrea Martínez**

Market Research & Insights Manager - **Schibsted Spain**

andrea.martinez@schibsted.com

- **María Toribio**

Market Research & Insights Specialist - **Schibsted Spain**

maria.toribio@schibsted.com

