



Kasandria.com

El mercado de ofertas de **IA** en España

Radar de 532 ofertas activas: quién contrata, qué
perfiles busca y desde dónde

POR:

ALBERTO MARAURI

RRHH & IA



Índice

1. Resumen ejecutivo	3
2. Objetivo y alcance	4
3. Metodología y fuentes	4
4. Panorama general del mercado	5
5. Distribución geográfica	6
6. Qué perfiles se buscan: función y nivel	7
7. Quién contrata: tipo de empresa y sector económico	8
8. Dos mercados dentro de España: Madrid, Cataluña y el resto	10
9. Qué se paga: una primera lectura de los salarios publicados	11
10. Conclusiones principales	12
11. Limitaciones del estudio	13
Anexo. Ficha metodológica y glosario de categorías	14
A.1 Canal de publicación	14
A.2 Sector económico (macro)	14
A.3 Función / especialidad	15

1. Resumen ejecutivo

Este informe analiza las 532 ofertas de empleo relacionadas con inteligencia artificial —ya sin ofertas duplicadas— que estaban activas el 9 de septiembre de 2026 en hr4techteam.com/ai-jobs, un portal especializado en el mercado laboral de IA en España. El objetivo es responder tres preguntas: qué perfiles se buscan, quién contrata realmente y desde qué territorio.

532

ofertas activas analizadas (ya deduplicadas)

64,7%

publicadas por el empleador directo

26,7%

del total, publicado por consultoras IT

+110%

cuota de IA Generativa/LLM: 2ª mitad del periodo vs. 1ª

Los seis hallazgos con mayor valor para interpretar el mercado son:

- **La demanda de IA Generativa/LLM crece dentro de las propias siete semanas del estudio.** Su peso sobre el total de ofertas pasa del 9,4% en la primera mitad del periodo (22 de julio - 15 de agosto) al 19,7% en la segunda (16 de agosto - 9 de septiembre): la cuota se más que duplica (+110%) en poco más de un mes. Es la señal de tendencia más clara que ofrece el estudio, aunque el periodo es corto (ver apartado 4 y las limitaciones del apartado 11).
- **El mercado de IA en España todavía es, sobre todo, tecnología contratando para sí misma.** Consultoras de servicios IT y empresas de tecnología de producto propio publican el 39,1% de todas las ofertas del mercado y el 60,5% de las ofertas de empleador directo; el resto de sectores de la economía (banca, industria, farmacéutica, retail, educación...) suman en conjunto el 25,6% del mercado.
- **Más de una de cada cuatro ofertas no revela quién contrata de verdad, y la intermediación tiene nombre propio.** El 27,6% del mercado pasa por un intermediario, y un 7,7% adicional no se ha podido identificar. Una sola plataforma, Jobgether, concentra el 79,5% de las ofertas publicadas por plataformas de empleo; cinco agencias de selección (Tenth Revolution Group, Asenium, Mackinnon Bruce, Akuario y European Recruitment) explican el 48,5% del canal de headhunting/ETT.
- **La IA generativa se contrata sobre todo donde se vende como servicio, no donde se usa.** Dentro de las consultoras IT, IA Generativa/LLM iguala o supera al Machine Learning clásico; en banca, farmacéutica y tecnología de producto propio, el Machine Learning clásico domina con claridad.
- **Madrid y Cataluña son dos mercados distintos, no una sola “zona metropolitana” de IA.** Cataluña pesa más en tecnología de producto propio (35,5% de sus ofertas directas); Madrid concentra la contratación del sector financiero (21,7%, muy por encima del resto del país).
- **La dirección tecnológica se contrata de forma muy desigual según el sector.** Entre empleadores directos con base suficiente, el 36,0% de las ofertas de Industria/Energía/Ingeniería son de Dirección/C-level, frente a solo el 5,3% en Farmacéutica y Salud —la IA entra por la cúpula en unos sectores y por la operación en otros (ver apartado 7).

2. Objetivo y alcance

Objetivo. Entender la demanda real de perfiles de inteligencia artificial en España a partir de ofertas de empleo activas: qué funciones y niveles se buscan, qué tipo de empresa contrata (empleador final o intermediario), a qué sector económico pertenece, y cómo varía todo ello por comunidad autónoma.

Alcance. El análisis cubre las 532 ofertas relacionadas con IA que estaban activas y visibles en el buscador de hr4techteam.com/ai-jobs el 9 de septiembre de 2026, publicadas entre el 22 de julio y el 9 de septiembre de 2026 (aproximadamente siete semanas). Es una fotografía puntual de una única fuente, no una serie histórica ni un censo del mercado laboral de IA en España.

Fuera de alcance. El estudio no incluye salario por oferta individual (el portal solo publica medianas agregadas por especialidad, no por anuncio), ni el resultado de los procesos de selección, ni ofertas publicadas en otros portales de empleo.

3. Metodología y fuentes

3.1 Extracción de datos. Los datos se obtuvieron directamente del endpoint público que alimenta el buscador de ofertas del sitio ([/jm-ajax/get_listings/](https://hr4techteam.com/jm-ajax/get_listings/), basado en el plugin WP Job Manager de WordPress), recuperando la totalidad de las ofertas activas en dos páginas de resultados. Para cada oferta se extrajo: título del puesto, empresa, ubicación tal como la publica el anunciante, fecha de publicación y enlace al anuncio.

3.2 Discrepancia con las cifras del propio sitio. El panel de estadísticas de hr4techteam.com/ai-jobs indica “828 ofertas analizadas”. Esa cifra probablemente incluye ofertas históricas o expiradas, mientras que este informe trabaja únicamente con las ofertas activas en el momento de la extracción, ya depuradas de duplicados (532; ver apartado 3.5). Las cifras no son comparables directamente.

3.3 Clasificación de función y nivel (seniority). Se aplicó una clasificación automática por palabras clave sobre el *título* de cada oferta (no sobre la descripción completa), agrupando en 11 categorías de función y 5 de nivel. Es una aproximación heurística: el 54,1% de los títulos no incluye ningún indicador de nivel, lo que no significa que sean puestos junior, sino que el título no lo aclara.

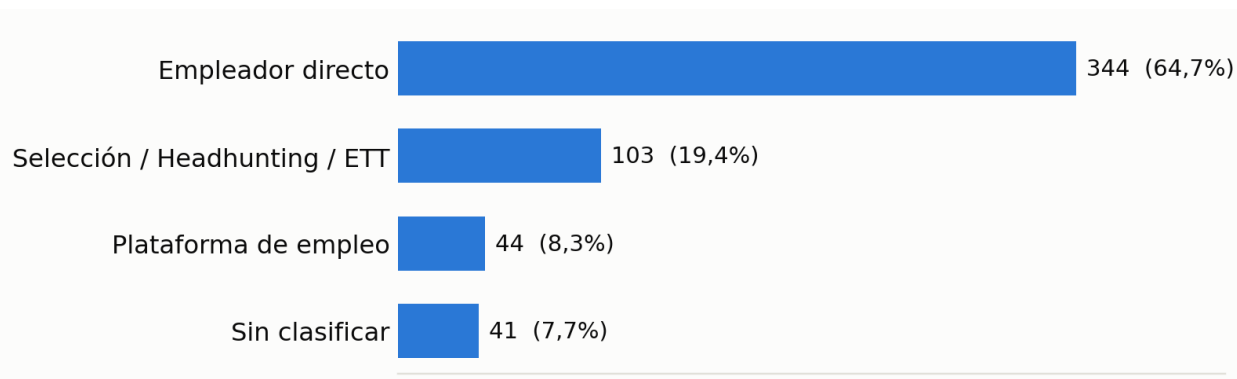
3.4 Clasificación de empresa, canal y sector. Las 268 empresas distintas que aparecen en el listado se clasificaron manualmente en tres canales —empleador directo, agencia de selección/ETT, o plataforma de empleo— combinando conocimiento general del mercado con una decena de búsquedas puntuales para las empresas de mayor volumen que no eran reconocibles a priori. El 7,7% de las ofertas quedó sin clasificar por no poder identificar la empresa con confianza razonable. El sector económico solo se asigna a los empleadores directos: para agencias y plataformas, el cliente final no es identificable desde el anuncio.

3.5 Eliminación de ofertas duplicadas. La primera extracción, con 668 ofertas, incluía anuncios repetidos de forma literal: el mismo puesto, en la misma empresa y la misma ciudad, publicado varias veces (en el caso más extremo, un anuncio de Dow Jones y otro de Gartner aparecían cada uno 10 veces). Se aplicó una deduplicación por título + empresa + ciudad (ignorando la fecha de publicación), conservando de cada grupo la fecha más reciente. Esto eliminó 136 registros repetidos (64 grupos) y dejó el conjunto de datos en las 532 ofertas que utiliza este informe. Es un criterio deliberadamente conservador: dos anuncios del mismo puesto en la misma empresa pero en *distinta* ciudad no se han fusionado, porque pueden corresponder a vacantes reales en ubicaciones distintas —aunque, como se explica en el apartado 8, ese patrón de republicación multi-ciudad sigue existiendo y distorsiona los porcentajes en comunidades autónomas con pocas ofertas.

Este informe es una fotografía aproximada y transparente en sus limitaciones, no un dato censal de tipo oficial (SABI, CNAE o similar). El detalle completo de la clasificación está disponible en el anexo.

4. Panorama general del mercado

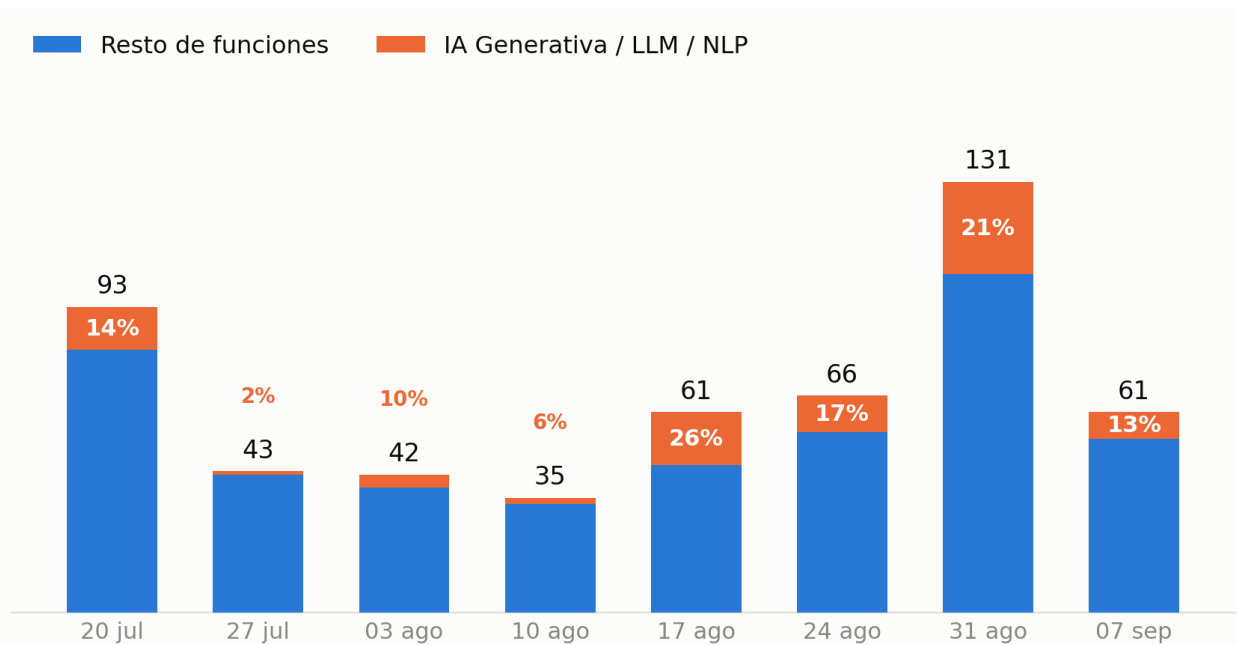
De las 532 ofertas activas, el 64,7% las publica directamente la empresa que contrata. El resto del mercado está intermediado: un 19,4% corresponde a agencias de selección o ETT, un 8,3% a plataformas de empleo que agregan anuncios de terceros, y un 7,7% no se ha podido identificar. En conjunto, más de una de cada cuatro ofertas del mercado de IA en España no permite saber, de forma directa, quién va a ser el empleador real.



Ofertas por canal de publicación. $n = 532$.

Esta intermediación no es uniforme en todo el país: como se verá en el apartado 8, varía de forma notable entre Madrid/Cataluña y el resto de comunidades.

Una tendencia dentro del propio periodo. Agrupando las 532 ofertas por semana de publicación aparece un cambio de composición dentro de las siete semanas del estudio: el peso de la IA Generativa/LLM sobre el total semanal sube de forma bastante sostenida, con más ruido en el volumen total que en esa proporción.

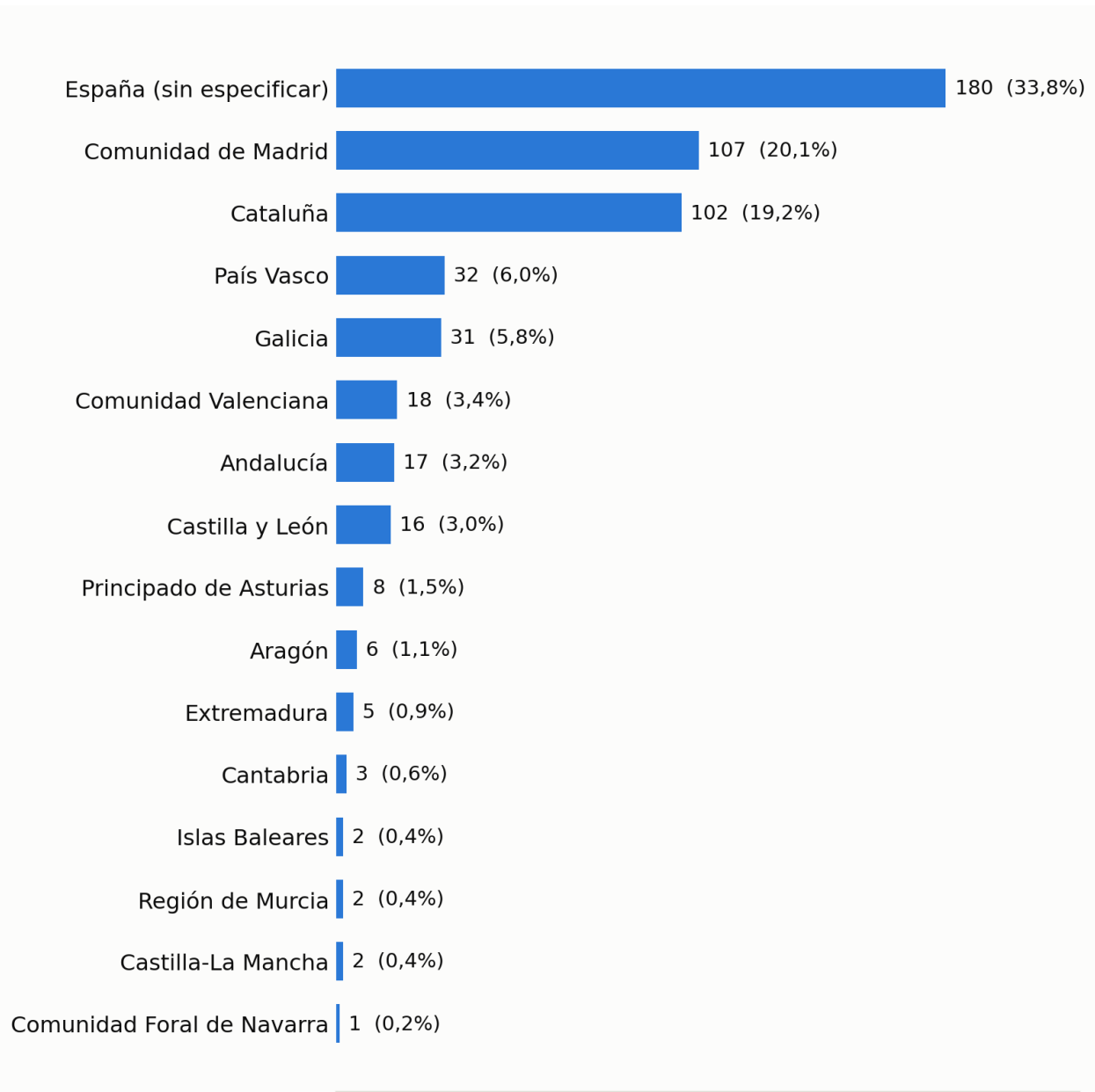


Ofertas por semana de publicación (semana ISO, lunes a domingo), IA Generativa/LLM/NLP frente al resto de funciones. La primera y la última semana son parciales: los datos arrancan el 22 de julio y se cortan el 9 de septiembre. $n = 532$.

En la primera mitad del periodo, la IA Generativa/LLM representaba el 9,4% de las ofertas publicadas; en la segunda mitad, el 19,7% —la cuota se más que duplica (+110%). El volumen semanal oscila más (entre 35 y 131 ofertas, probablemente por estacionalidad), pero el giro hacia la generativa es consistente en agosto y septiembre frente a julio.

5. Distribución geográfica

Más de 3 de cada 10 ofertas (33,8%) solo indican “España” como ubicación, sin ciudad ni provincia concreta —probablemente puestos remotos o simplemente mal etiquetados por quien publica el anuncio. Del resto, la contratación se concentra con fuerza en dos comunidades, muy igualadas: Comunidad de Madrid (20,1% del total) y Cataluña (19,2%), que juntas reúnen cerca del 60% de todas las ofertas con ubicación identificada.



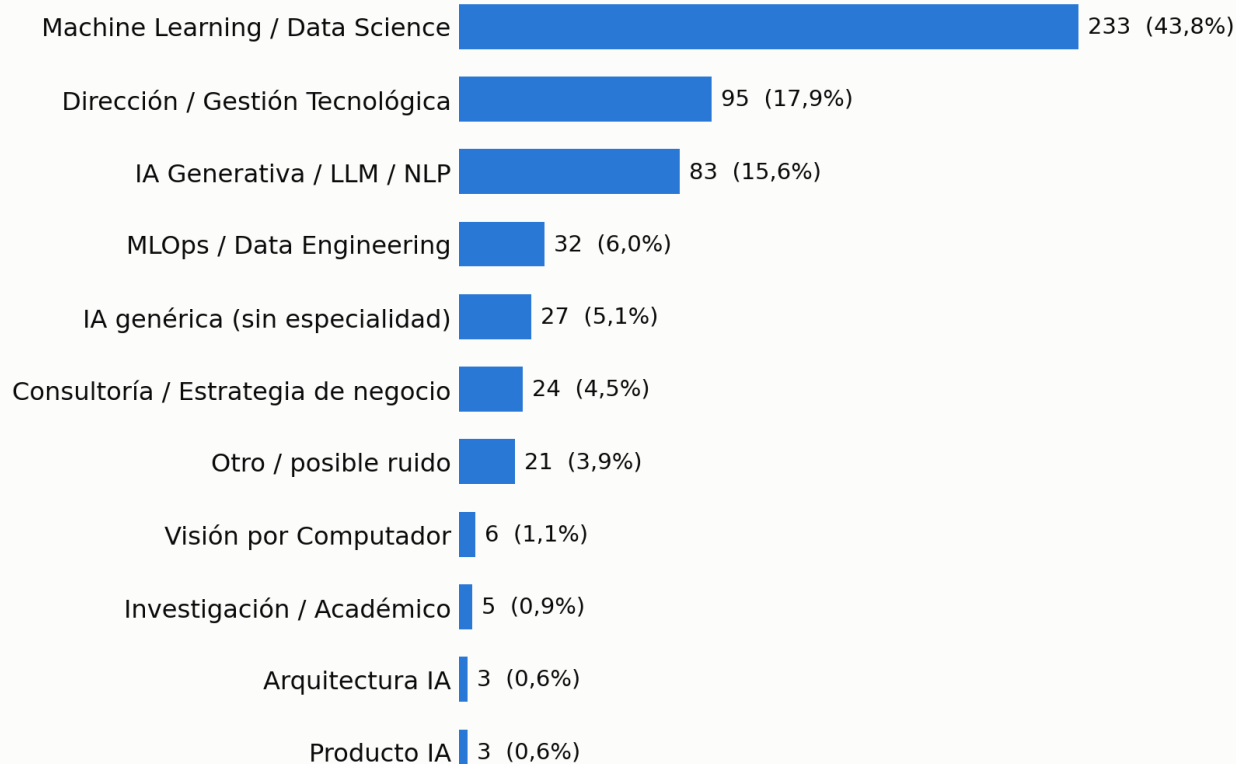
Ofertas por comunidad autónoma (todas las comunidades con al menos una oferta). n = 532.

A continuación de Madrid y Cataluña, el País Vasco (6,0%) y Galicia (5,8%) son las siguientes comunidades con más volumen, seguidas de Comunidad Valenciana y Andalucía (en torno al 3,3% cada una). El resto del país —Castilla y León, Asturias, Extremadura, Aragón, Cantabria, Castilla-La Mancha, Baleares, Región de Murcia y Navarra— suma en conjunto el 8,5% de las ofertas.

A nivel de provincia, Madrid (20,1%) y Barcelona (18,0%) concentran prácticamente toda la actividad fuera del genérico “España”. Le siguen, a mucha distancia, Valencia (2,6%), Pontevedra (2,4%) y Álava (2,1%).

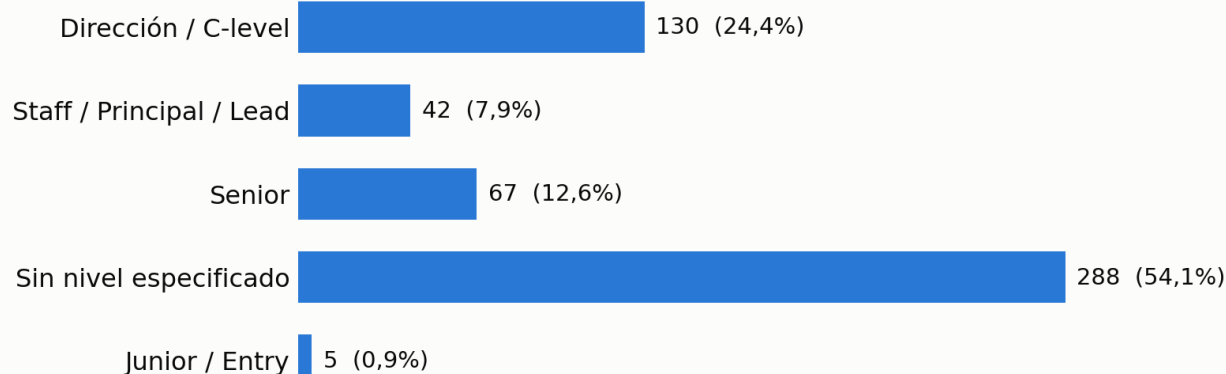
6. Qué perfiles se buscan: función y nivel

El Machine Learning y la ciencia de datos “clásicos” siguen siendo, con diferencia, la función más demandada: 43,8% de las ofertas, casi tres veces la de IA Generativa/LLM/NLP (15,6%). La dirección y gestión tecnológica ocupa el segundo lugar, por delante de la propia IA Generativa, con un 17,9% —más de 1 de cada 6 ofertas de “IA” en España no es un puesto técnico ejecutor, sino de liderazgo.



Ofertas por función/especialidad (clasificación automática por título). $n = 532$.

En nivel, el dato más honesto es que el 54,1% de los títulos no menciona ningún indicador de seniority. Entre los que sí lo hacen (244 ofertas, el 45,9% del total), la mitad se declara de dirección o C-level (53,3%), un 27,5% senior, un 17,2% staff/lead, y solo un 2,0% junior. El mercado de IA en España prácticamente no publica puestos junior con ese rótulo explícito.



Ofertas por nivel/seniority (clasificación automática por título). $n = 532$.

7. Quién contrata: tipo de empresa y sector económico

Sobre las 344 ofertas de empleador directo identificado, la consultoría y los servicios IT (Kirey, Trileuco, Grupo Tecdata Engineering, NTT DATA, Accenture, Avanade, Kyndryl, Babel...) se llevan el 41,3% —un 26,7% de todo el mercado, headhunters y plataformas incluidos. Sumando la tecnología de producto propio (Multiverse Computing, HappyRobot, Tamarind Intelligence, Sequera...) con otro 12,4% del total, más de la mitad de las ofertas de empleador directo (60,5%) —y casi 4 de cada 10 del mercado total (39,1%)— las publica el propio sector tecnológico contratando para sí mismo.



Ofertas por sector económico, solo empleadores directos identificados (10 principales). n = 344.

El resto de la economía —banca/seguros/fintech, industria/energía, medios/marketing, farmacéutica/salud, educación, retail, transporte, turismo— suma en conjunto el 25,6% del total del mercado. Es un indicio claro de que la contratación de IA en España sigue siendo, sobre todo, un fenómeno “tech para tech”, y no todavía la adopción transversal de la que más se habla en medios y redes.

Un patrón adicional, y menos evidente: dónde se contrata IA generativa depende del tipo de empresa. Dentro de las consultoras IT, la IA Generativa/LLM iguala al Machine Learning clásico (43 ofertas cada una) —lógico, porque construyen soluciones generativas para sus clientes. Pero en tecnología de producto propio la relación es 38 a 8 a favor del ML clásico; en banca/seguros/fintech, 21 a 1; en farmacéutica/salud, 16 a 0. La ola de contratación generativa que tanto se comenta está casi contenida dentro de quién la vende como servicio; la economía real sigue contratando Machine Learning de toda la vida.

Quién concentra la intermediación. Separar la tabla de empresas por canal es más revelador que mezclarlas: no solo importa qué proporción del mercado pasa por un intermediario, sino que ese tráfico está muy concentrado en muy pocas manos.

Entre los empleadores directos, ninguna empresa domina de forma desproporcionada:

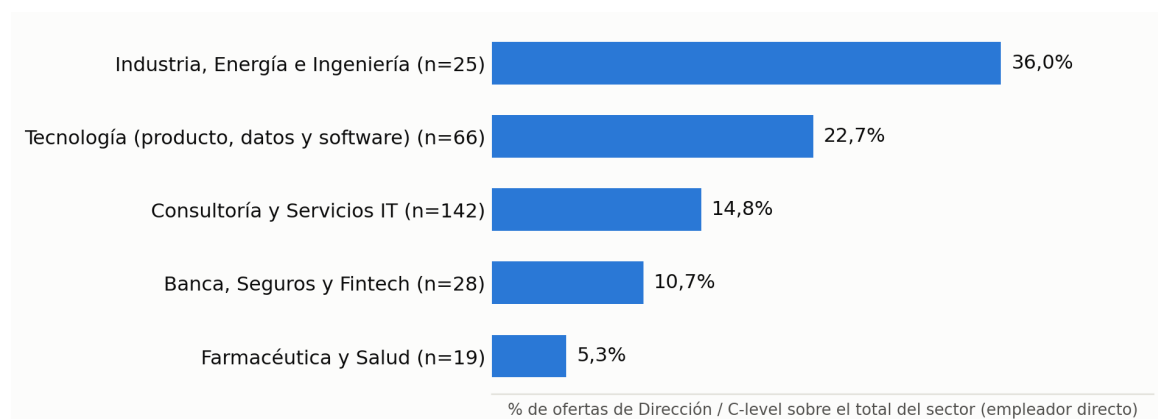
Empresa (empleador directo)	Ofertas	Sector
Kirey España	25	Consultoría IT
Trileuco Solutions	11	Consultoría IT
Grupo Tecdata Engineering	9	Consultoría IT
Multiverse Computing	8	Tecnología (producto propio)
Dow Jones	6	Medios/Editorial

En agencias de selección/ETT, en cambio, cinco agencias ya explican el 48,5% de todo el canal (50 de 103 ofertas):

Agencia de selección/ETT	Ofertas	% del canal
Tenth Revolution Group	18	17,5%
Asenium	12	11,7%
Mackinnon Bruce International	8	7,8%
Akuaro	6	5,8%
European Recruitment	6	5,8%

Y en plataformas de empleo, la concentración es casi total: **Jobgether** publica 35 de las 44 ofertas del canal —el 79,5%—, muy por delante de cualquier otra plataforma (2 ofertas cada una, como máximo).

La dirección tecnológica también se reparte de forma muy desigual por sector. Entre empleadores directos con base suficiente (al menos 15 ofertas), Industria/Energía/Ingeniería (36,0%) y Tecnología de producto propio (22,7%) contratan Dirección/C-level muy por encima de Consultoría IT (14,8%), Banca/Seguros/Fintech (10,7%) o Farmacéutica y Salud (5,3%), el sector con menor peso directivo entre los que alcanzan tamaño de muestra suficiente.

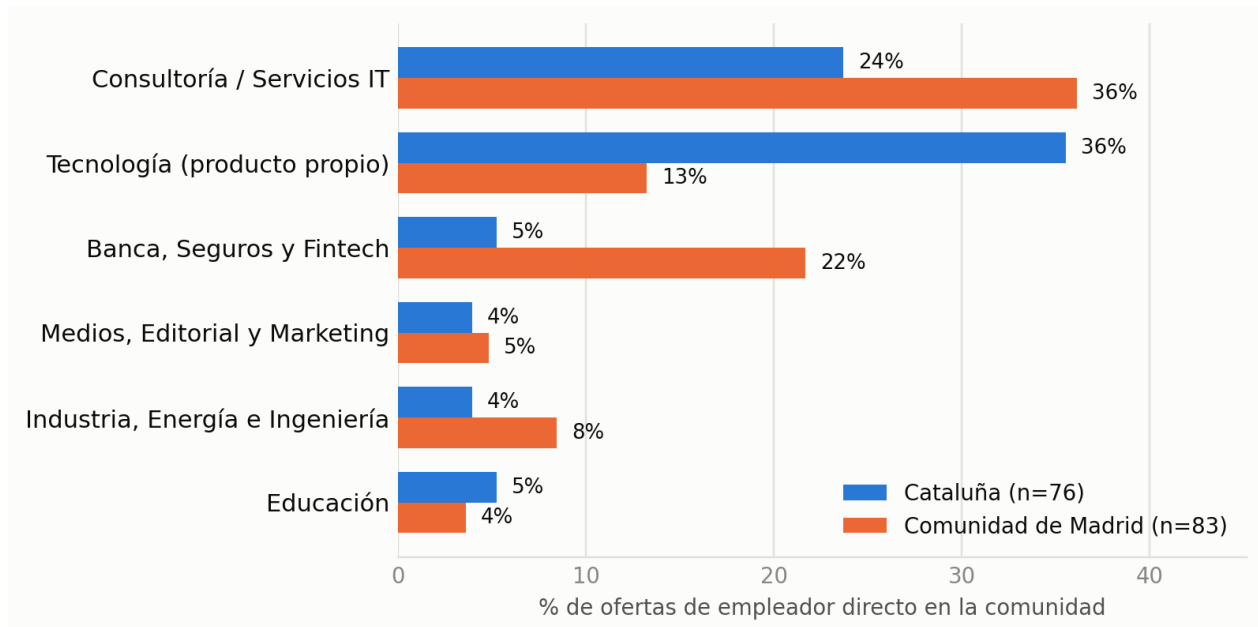


Peso de las ofertas de Dirección/C-level sobre el total de cada sector, solo empleadores directos con al menos 15 ofertas. n varía por sector (ver etiquetas).

Lectura probable: en industria y energía —y, en menor medida, en tecnología de producto propio— la IA entra como decisión estratégica liderada por dirección o C-level; en sectores como farmacéutica/salud o banca se incorpora más en la operación, sin capa directiva dedicada, de momento.

8. Dos mercados dentro de España: Madrid, Cataluña y el resto

Cruzar sector económico con comunidad autónoma revela que Madrid y Cataluña no son intercambiables, y que el resto del país tiene un perfil radicalmente distinto a ambas.



Peso de cada sector sobre el total de ofertas de empleador directo en cada comunidad. n = 76 (Cataluña), n = 83 (Madrid).

Cataluña tiene más peso en tecnología de producto propio (35,5% de sus ofertas directas) que en consultoría IT (23,7%) —ahí manda el “hacer” sobre el “vender servicios”. **Madrid** es justo lo contrario: 36,1% consultoría/servicios IT y un notable 21,7% de banca/seguros/fintech (BBVA, ING, DWS Group...), un peso financiero que no aparece en ninguna otra comunidad.

Fuera de Madrid y Cataluña, la contratación de IA sigue siendo, en su mayoría, outsourcing. País Vasco (54,5%), Castilla y León (58,3%), Andalucía (63,6%) y especialmente Galicia (92,9%) tienen la contratación de IA dominada por consultoras de servicios IT. En Comunidad Valenciana, con una muestra más pequeña (9 ofertas de empleador directo), ese peso baja al 44,4%. Casi no hay empresas contratando IA para construir su propio producto fuera del eje Madrid-Barcelona: contratan sobre todo para prestar servicio a terceros.

El peso de los intermediarios también varía por territorio: Madrid (77,6%) y Cataluña (74,5%) tienen la mayoría de ofertas publicadas por el empleador directo, mientras que en Comunidad Valenciana el empleador directo y los headhunters empatan (50% cada uno), y en Galicia (54,8% de ofertas no publicadas por el empleador directo) el peso de las ofertas no publicadas directamente por la empresa que contrata es el más alto del país. En País Vasco (31,2%) ese peso está, en cambio, algo por debajo de la media nacional (35,3%). Fuera de la capital y Barcelona, contratar IA sigue pasando más a menudo por un intermediario, salvo en el propio País Vasco. (estos porcentajes incluyen también las ofertas cuyo canal no se ha podido identificar, por lo que son superiores al 27,6% de intermediación citado en el apartado 4).

Una precisión sobre las comunidades más pequeñas: el informe ya elimina los anuncios idénticos republicados en la misma ciudad (apartado 3.5), pero no fusiona el mismo puesto cuando una agencia lo publica por separado en varias ciudades distintas —por ejemplo, “Director de Estrategia de IA” de Tenth Revolution Group aparece en Almería, Vigo y Pamplona como tres ofertas, y así se cuenta aquí, porque pueden corresponder a vacantes reales en ubicaciones distintas. En comunidades con pocas ofertas, esto puede inflar algo el peso aparente de los puestos de dirección/C-level o de una agencia concreta.

9. Qué se paga: una primera lectura de los salarios publicados

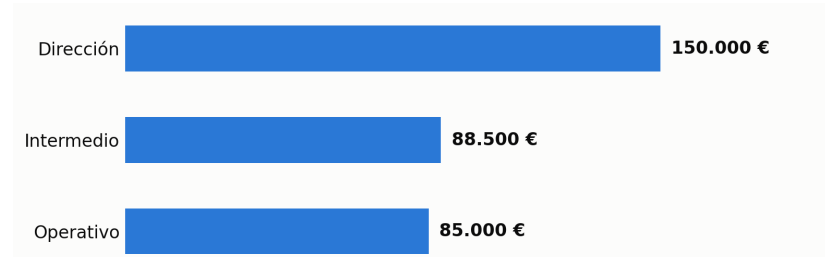
Este apartado se apoya en una fuente distinta al resto del informe: el panel salarial del portal, alimentado por Adzuna, con 490 ofertas activas en la misma fecha de corte, de las cuales 162 —el 33%— publican un salario real, nunca estimado. Es una extracción independiente de las 532 ofertas de los apartados 4 a 8, con su propio universo y su propia fecha; los datos de uno y otro apartado se presentan por separado y no se cruzan entre sí.

Una de cada tres ofertas ya publica salario. Es una proporción alta para el mercado español, donde lo habitual ha sido la fórmula “según valía”. La explicación más probable está en la Directiva (UE) 2023/970 de transparencia retributiva, que reconoce a las personas candidatas el derecho a conocer la retribución inicial o la banda salarial de un puesto. Su plazo de transposición venció el 7 de junio de 2026 y España aún no la ha incorporado a su ordenamiento; sus obligaciones más incondicionales, sin embargo, ya son invocables directamente desde esa fecha. Lo que muestran estos datos, por tanto, no es el efecto de una ley española en vigor, sino empresas anticipándose a una norma que todavía no ha llegado.

Las ofertas repetidas también distorsionan los salarios. Agrupando por empresa, especialidad y nivel, las 159 ofertas con salario válido se reducen a 82 combinaciones. Y al hacerlo, la mediana sube de 85.000 a 100.500 euros. Las agencias que republican concentran perfiles operativos de 60.000 a 90.000 euros y, al aparecer decenas de veces, empujan la mediana hacia abajo. Cualquier cifra de “salario medio en IA” calculada sin depurar duplicados está sesgada a la baja.

El suelo de los perfiles de IA está por encima del resto del sector tecnológico. Apenas hay puestos operativos por debajo de 50.000 o 55.000 euros, cuando un perfil sénior de desarrollo de software generalista en España se mueve en una franja bastante inferior. Es un indicio de escasez real de este perfil, más allá del relato.

La brecha por nivel es amplia. Con los datos depurados, la mediana de dirección se sitúa en torno a 150.000 euros, frente a unos 88.500 euros en perfiles intermedios y 85.000 euros en operativos.



*Mediana salarial depurada por nivel del puesto. Medianas sobre 82 combinaciones únicas de empresa, especialidad y nivel.
Fuente: panel salarial del portal (Adzuna), 162 ofertas con salario publicado.*

Machine Learning e IA generativa se pagan igual. Ambas especialidades tienen una mediana equivalente, en torno a 85.000 euros. La IA generativa se contrata más deprisa (ver apartado 4), pero de momento sin prima salarial frente al Machine Learning clásico.

La investigación apenas aparece. Ninguna de las ofertas de I+D en IA publica salario, y solo dos de las veinte de visión por computador lo hacen. Casi todo el volumen del mercado está en perfiles aplicados y de consultoría.

Limitaciones de este apartado. Tres ofertas se descartaron por errores de lectura del importe, y al menos otras dos parecen tarifas mensuales en lugar de salario anual. Algunas horquillas de dirección son tan amplias (más de 100.000 euros de diferencia en un mismo anuncio) que probablemente mezclan retribución fija y variable, por lo que no se han utilizado. Las medianas de las categorías de liderazgo genérico (“Otro IA”, “IT/Tecnología”) también se han excluido, por agrupar puestos demasiado dispares —desde Chief AI Officer hasta ingeniería freelance— para sostener una cifra fiable.

10. Conclusiones principales

1 España aún contrata IA “para la propia industria tech”, no de forma transversal.

El 39,1% de las ofertas del mercado, y el 60,5% de las de empleador directo, las publican consultoras de servicios IT o empresas de tecnología de producto propio. El resto de sectores de la economía —los que en teoría son el objetivo de la “adopción de IA en pymes”— representan juntos algo más de una cuarta parte del mercado laboral visible (25,6%).

2 Más de una de cada cuatro ofertas oculta quién contrata de verdad.

El 27,6% del mercado pasa por un intermediario (headhunter o plataforma), y otro 7,7% no ha podido identificarse. Cualquier lectura del mercado laboral de IA en España que no distinga esto sobreestima el número de empleadores finales activos.

3 La generativa se contrata donde se vende, no donde se usa.

El único segmento donde la IA Generativa/LLM iguala al Machine Learning clásico es dentro de las consultoras IT que la ofrecen como servicio. En la economía real —banca, farmacéutica, tecnología de producto propio— el Machine Learning clásico sigue siendo, con mucha diferencia, la función más contratada.

4 Madrid y Cataluña son dos mercados de IA distintos, no uno solo.

Cataluña se inclina hacia el producto tecnológico propio; Madrid concentra la demanda del sector financiero y de la consultoría. Tratarlos como un único “eje metropolitano” en un análisis o una estrategia comercial pierde matices importantes.

5 Fuera del eje Madrid-Barcelona, el mercado sigue siendo, en su mayoría, outsourcing.

En País Vasco, Castilla y León, Andalucía y Galicia, entre el 54,5% y el 92,9% de la contratación directa de IA es de consultoras de servicios IT (en Comunidad Valenciana, con muestra más pequeña, baja al 44,4%). Apenas hay empresas de esas comunidades contratando IA para construir producto propio.

6 El mercado casi no publica puestos junior, y más de la mitad de las ofertas no declara nivel.

Solo el 0,9% de los títulos se etiqueta explícitamente como junior, frente a un 24,4% de dirección/C-level. Otro 54,1% no aclara el nivel en el título, lo que limita cualquier lectura sobre la proporción real de entrada al mercado laboral de IA.

7 La demanda de IA Generativa/LLM gana peso dentro de las propias siete semanas del estudio.

Su cuota sube del 9,4% al 19,7% entre la primera y la segunda mitad del periodo analizado (+110%, más que se duplica). Es una ventana corta y no permite hablar de una tendencia de mercado consolidada, pero es la señal de cambio más clara que ofrecen los datos, y apunta en la misma dirección que el hallazgo 3: la generativa avanza más rápido donde ya se vende como servicio.

8 La intermediación del mercado tiene nombre propio y está muy concentrada.

Jobgether concentra el 79,5% de las ofertas de plataformas de empleo; cinco agencias de selección explican el 48,5% del canal de headhunting/ETT. No es un mercado de intermediación fragmentada, sino dominado por un número reducido de actores muy activos.

11. Limitaciones del estudio

- **Fuente única.** Todos los datos proceden de un solo portal de empleo especializado. No se ha contrastado con otras fuentes (LinkedIn, InfoJobs, portales generalistas), por lo que el volumen y la composición del mercado real de IA en España pueden diferir.
- **Fotografía puntual, no serie histórica.** El análisis refleja las ofertas activas en un momento concreto (9 de septiembre de 2026) sobre un periodo de publicación de aproximadamente siete semanas. Eso no permite afirmar tendencias de crecimiento o caída del volumen total del mercado —el vaivén semanal observado (entre 35 y 131 ofertas) puede deberse tanto a demanda real como a estacionalidad de publicación. El cambio de composición hacia la IA Generativa/LLM (apartado 4) sí es una lectura directa de los propios datos dentro de esa ventana, pero siete semanas siguen siendo una ventana corta para proyectarlo como tendencia consolidada del mercado.
- **Clasificación de función y nivel basada en el título, no en la descripción completa.** Una oferta puede trabajar con IA generativa sin decirlo en el título, o incluir un nivel de responsabilidad que el título no refleja. Es una aproximación razonable a escala, no una lectura exhaustiva oferta por oferta.
- **Clasificación de empresa y sector, manual y heurística.** Se ha construido combinando conocimiento general del mercado con búsquedas puntuales, no con una base de datos oficial de actividad económica (tipo SABI o CNAE). El 7,7% de las ofertas queda sin clasificar por prudencia, ante empresas de nombre poco reconocible y una sola oferta publicada.
- **La deduplicación solo cubre coincidencias exactas.** Se eliminaron los anuncios con el mismo título, empresa y ciudad (apartado 3.5), pero no variantes casi idénticas con pequeñas diferencias de redacción en el título, que pueden seguir contándose como ofertas distintas.
- **Distorsión por republicación multi-ciudad.** Varias agencias publican el mismo puesto como anuncios independientes en distintas ciudades —eso no se considera duplicado en este informe, porque puede tratarse de vacantes reales en ubicaciones distintas—, lo que puede seguir inflando el volumen y sesgando los porcentajes en las comunidades autónomas con menos ofertas (ver apartado 8).
- **El apartado de salarios usa otra base de datos.** Las 532 ofertas de los apartados 4 a 8 no incluyen salario por anuncio individual. El apartado 9 lo cubre a partir del panel salarial del portal (490 ofertas, 162 con salario publicado), una extracción distinta con su propio número de ofertas y fecha de corte: los porcentajes y medianas de un apartado y otro se presentan por separado.

Anexo. Ficha metodológica y glosario de categorías

A.1 Canal de publicación

Categoría	Definición
Empleador directo	La empresa que publicó la oferta es, hasta donde se ha podido verificar, quien va a contratar. Incluye consultoras IT que contratan consultores para su propia plantilla.
Selección / Headhunting / ETT	Agencia de selección, empresa de trabajo temporal o consultora de búsqueda de ejecutivos que publica la vacante en nombre de un cliente no identificado en el anuncio.
Plataforma de empleo	Marketplace o agregador de ofertas (p. ej. Jobgether) que redistribuye anuncios de terceros.
Sin clasificar	Empresa cuyo canal no se ha podido determinar con confianza razonable.

A.2 Sector económico (macro)

Categoría	Definición
Consultoría y Servicios IT	Empresas cuyo negocio es prestar servicios tecnológicos/consultoría a terceros (integradoras, outsourcing, big four tecnológico).
Tecnología (producto propio)	Empresas que desarrollan y venden su propio producto o servicio digital (software, plataformas, datos).
Banca, Seguros y Fintech	Entidades financieras, aseguradoras e insurtech/fintech.
Industria, Energía e Ingeniería	Manufactura, energía, automoción y despachos de ingeniería industrial.
Medios, Editorial y Marketing	Medios de comunicación, editoriales, datos financieros y agencias de marketing/publicidad.
Farmacéutica y Salud	Laboratorios farmacéuticos, empresas de salud y healthtech.
Educación	Universidades, centros de formación y edtech.
Retail y Distribución	Comercio minorista y distribución.
Transporte, Logística y Telecomunicaciones	Operadores logísticos, aviación y telecomunicaciones.
Turismo y Ocio	Hostelería, viajes y entretenimiento.
Otras categorías menores	I+D/aeroespacial y defensa, alimentación y bebidas, seguridad, sector público y servicios profesionales —cada una por debajo del 1% del total.

A.3 Función / especialidad

Categoría	Definición
Machine Learning / Data Science	ML, deep learning, ciencia de datos, ingeniería de IA genérica.
IA Generativa / LLM / NLP	Modelos de lenguaje, IA generativa, NLP, RAG, agentes.
Dirección / Gestión Tecnológica	CTO, dirección de tecnología, responsables de área sin especialidad técnica concreta en el título.
MLOps / Data Engineering	Infraestructura de datos y de modelos, ingeniería de plataforma ML.
Consultoría / Estrategia de negocio IA	Roles de consultoría, preventa o estrategia de negocio centrados en IA.
IA genérica / sin especialidad clara	Menciona IA sin especialidad clara en el título.
Otro / posible ruido	No menciona IA en el título (posible error de etiquetado en origen).
Visión por Computador	Puestos específicos de visión artificial.
Investigación / Académico	Postdoc, docencia e investigación.
Arquitectura IA	Arquitecto/a de soluciones o "solutions architect" centrado en sistemas de IA.
Producto IA	Product manager o product owner de producto/funcionalidad de IA.

Fuente de todos los datos: hr4techteam.com/ai-jobs. Extracción realizada el 9 de septiembre de 2026 mediante el endpoint público del buscador de ofertas del sitio. Metodología completa y base de datos detallada (532 ofertas ya deduplicadas, campo a campo) disponibles en el archivo Excel que acompaña a este informe.