



Kasandria.com

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

Radar de 668 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. Conclusiones principales	11
10. Limitaciones del estudio	12
Anexo. Ficha metodológica y glosario de categorías	13
A.1 Canal de publicación	13
A.2 Sector económico (macro)	13
A.3 Función / especialidad	14

1. Resumen ejecutivo

Este informe analiza las 668 ofertas de empleo relacionadas con inteligencia artificial 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.

668

ofertas activas analizadas

65,1%publicadas por el empleador
directo**26,2%**del total, publicado por
consultoras IT**+50%**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 13,4% en la primera mitad del periodo (22 de julio - 15 de agosto) al 20,1% en la segunda (16 de agosto - 9 de septiembre): un salto del 50% 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 10).
- **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 38,6% de todas las ofertas del mercado y el 59,3% de las ofertas de empleador directo; el resto de sectores de la economía (banca, industria, farmacéutica, retail, educación...) suman en conjunto el 26,5% del mercado.
- **Más de una de cada cuatro ofertas no revela quién contrata de verdad, y la intermediación tiene nombre propio.** El 28,3% del mercado pasa por un intermediario, y un 6,6% adicional no se ha podido identificar. Una sola plataforma, Jobgether, concentra el 78% de las ofertas publicadas por plataformas de empleo; cinco agencias de selección (Asenium, Tenth Revolution Group, Mackinnon Bruce, European Recruitment y All European Careers) explican el 55% 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 (33,3% de sus ofertas directas); Madrid concentra la contratación del sector financiero (19,3%, muy por encima del resto del país).
- **La dirección tecnológica se contrata de forma muy desigual según el sector.** Entre empleadores directos, el 30,3% de las ofertas de Industria/Energía/Ingeniería son de Dirección/C-level, frente al 0% en Medios/Editorial/Marketing —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 668 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 668 ofertas activas en el momento de la extracción. Las dos 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 55,7% de los títulos no incluye ningún indicador de nivel, lo que no significa que sean puestos junior, sino que el título no lo aclara.

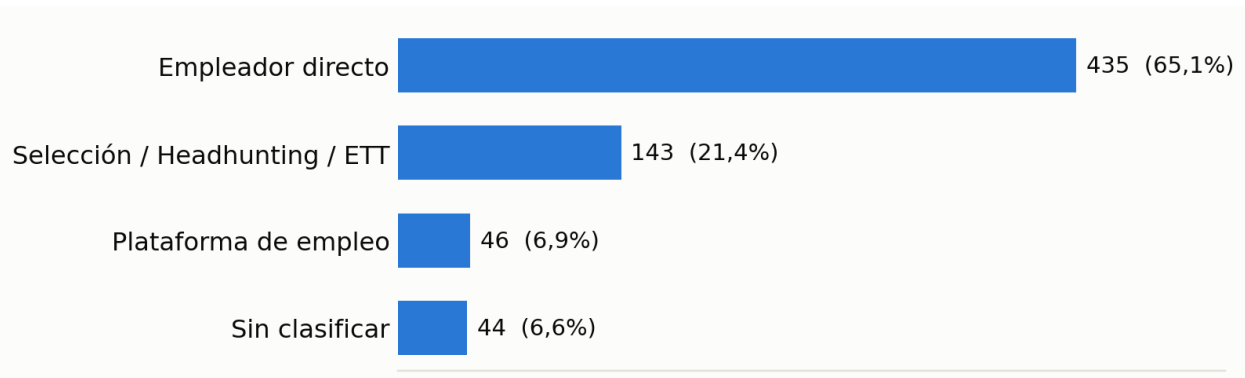
3.4 Clasificación de empresa, canal y sector. Las 268 empresas distintas que aparecen en el listado se clasificaron manualmente en tres canales —empleador directo, agencia de selección/ETT, o plataforma de empleo— combinando conocimiento general del mercado con una decena de búsquedas puntuales para las empresas de mayor volumen que no eran reconocibles a priori. El 6,6% 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 Aviso sobre republicación multi-ciudad. Varias agencias de selección republican el mismo puesto como anuncios independientes en distintas ciudades (por ejemplo, “Director de Estrategia de IA” de Tenth Revolution Group aparece por separado en Almería, Vigo y Pamplona). Este patrón distorsiona significativamente los porcentajes en comunidades autónomas con pocas ofertas, y se advierte explícitamente en el apartado 8.

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

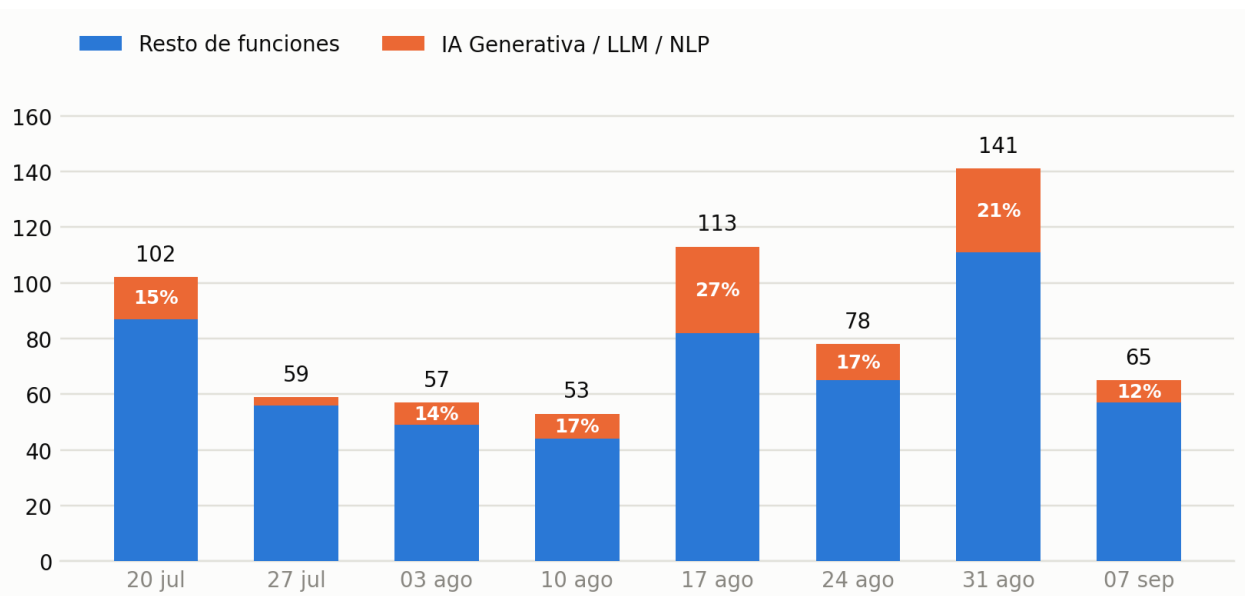
De las 668 ofertas activas, el 65,1% las publica directamente la empresa que contrata. El resto del mercado está intermediado: un 21,4% corresponde a agencias de selección o ETT, un 6,9% a plataformas de empleo que agregan anuncios de terceros, y un 6,6% no se ha podido identificar. En conjunto, más 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. $n = 668$.

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 668 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.

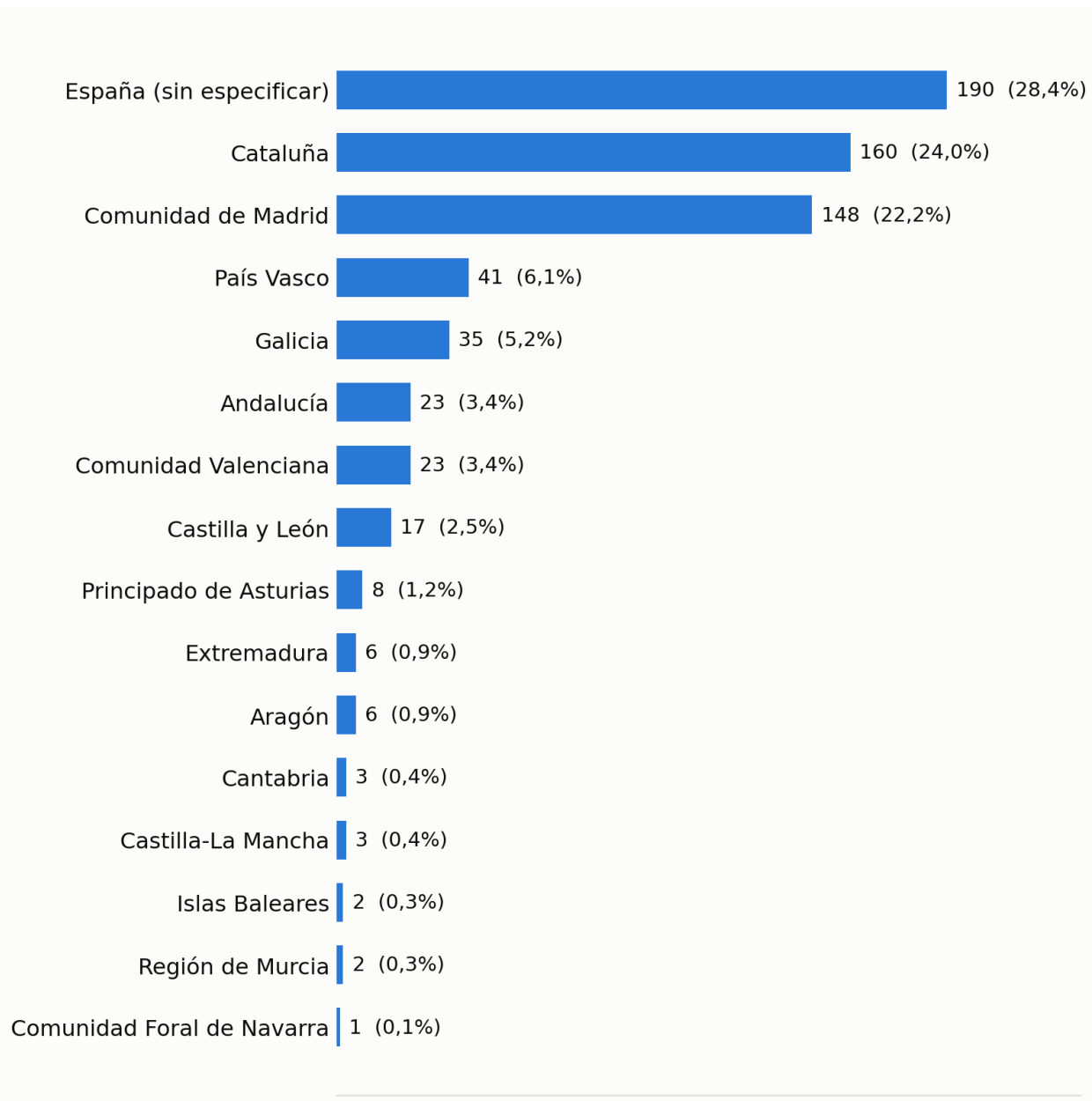


Ofertas por semana de publicación (semana ISO, lunes a domingo), IA Generativa/LLM/NLP frente al resto de funciones. La primera y la última semana son parciales: los datos arrancan el 22 de julio y se cortan el 9 de septiembre. $n = 668$.

En la primera mitad del periodo, la IA Generativa/LLM representaba el 13,4% de las ofertas publicadas; en la segunda mitad, el 20,1% —un crecimiento del 50% en su cuota. El volumen semanal oscila más (entre 53 y 141 ofertas, probablemente por estacionalidad), pero el giro hacia la generativa es consistente en agosto y septiembre frente a julio.

5. Distribución geográfica

Casi 3 de cada 10 ofertas (28,4%) 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: Cataluña (24,0% del total) y Comunidad de Madrid (22,2%), que juntas reúnen más de la mitad de todas las ofertas con ubicación identificada.



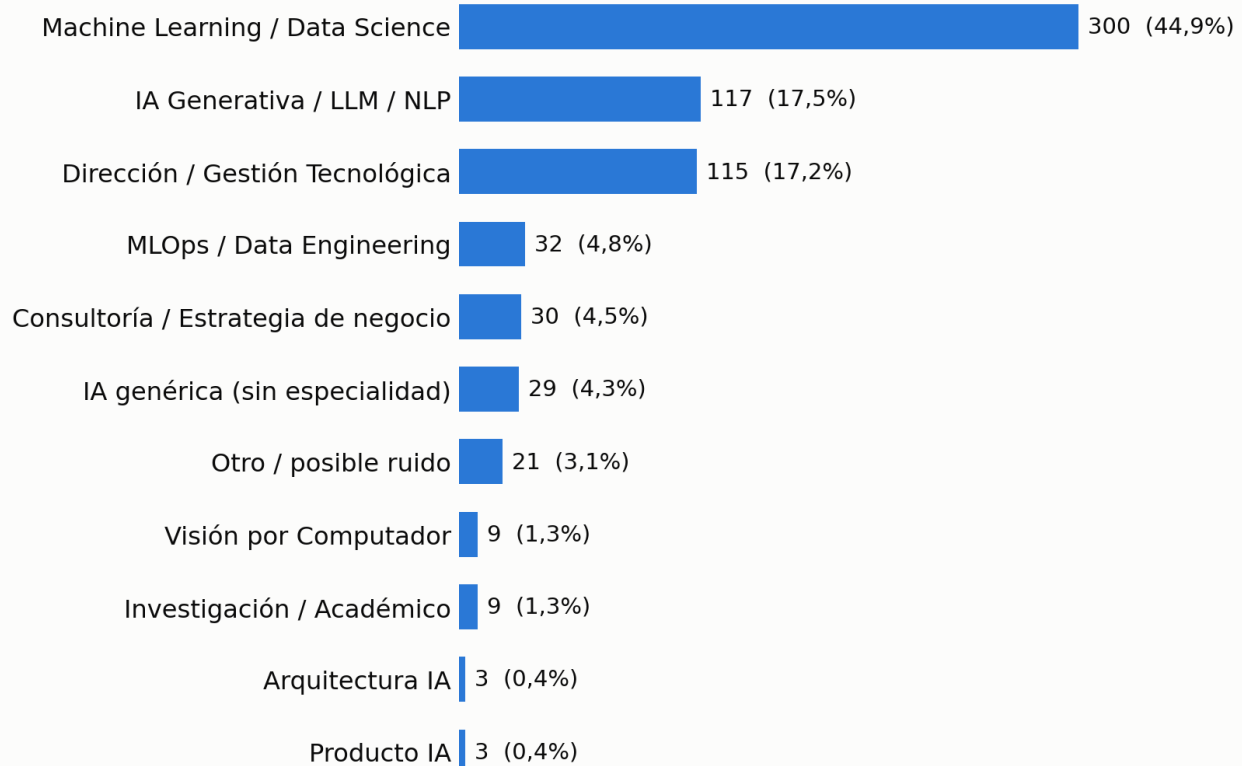
Ofertas por comunidad autónoma (todas las comunidades con al menos una oferta). n = 668.

A continuación de Madrid y Cataluña, el País Vasco (6,1%) y Galicia (5,2%) son las siguientes comunidades con más volumen, seguidas de Andalucía y Comunidad Valenciana (3,4% 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 menos del 5% de las ofertas.

A nivel de provincia, Barcelona (23,1%) y Madrid (22,2%) concentran prácticamente toda la actividad fuera del genérico “España”. Le siguen, a mucha distancia, Álava (3,0%), Valencia (2,8%) y Pontevedra (2,5%).

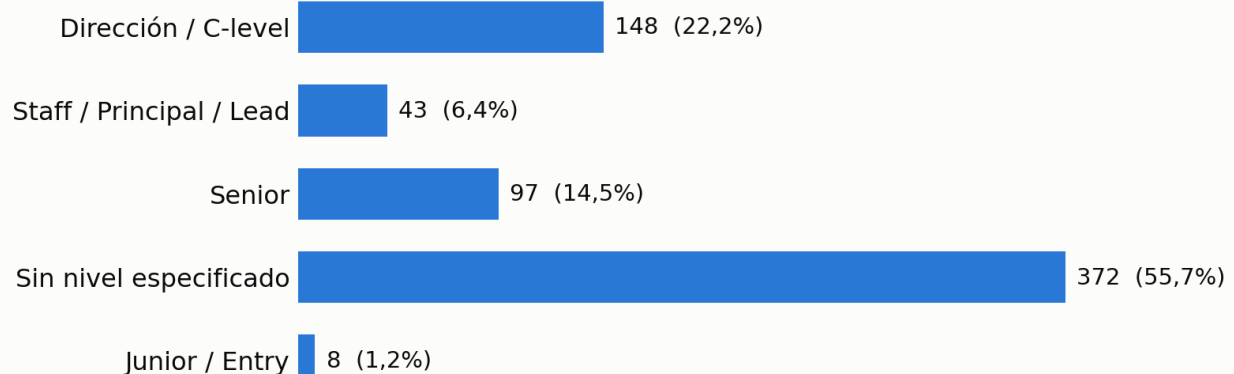
6. Qué perfiles se buscan: función y nivel

El Machine Learning y la ciencia de datos “clásicos” siguen siendo, con diferencia, la función más demandada: 44,9% de las ofertas, más de dos veces y media la de IA Generativa/LLM/NLP (17,5%). La dirección y gestión tecnológica ocupa el tercer lugar con un 17,2% muy próximo —casi 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). $n = 668$.

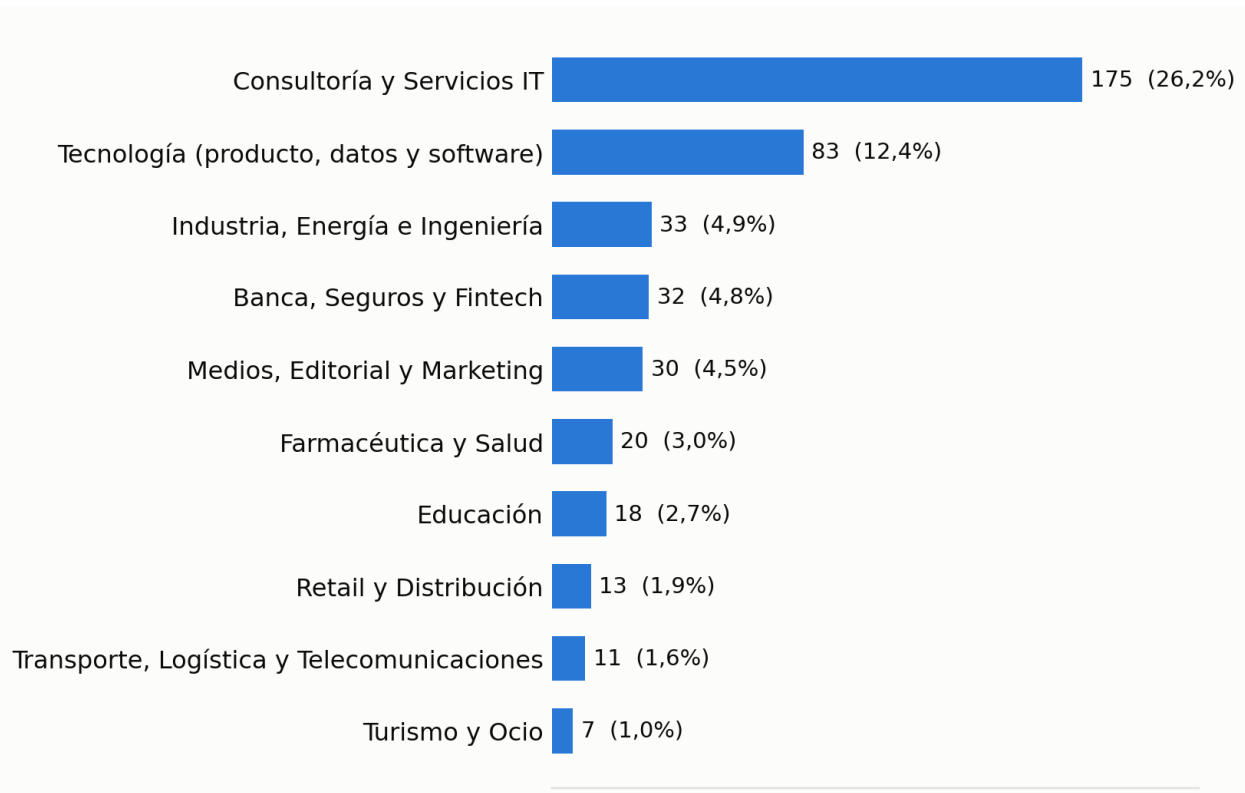
En nivel, el dato más honesto es que el 55,7% de los títulos no menciona ningún indicador de seniority. Entre los que sí lo hacen (296 ofertas, el 44,3% del total), la mitad se declara de dirección o C-level (50,0%), un 32,8% senior, un 14,5% staff/lead, y solo un 2,7% junior. El mercado de IA en España prácticamente no publica puestos junior con ese rótulo explícito.



Ofertas por nivel/seniority (clasificación automática por título). $n = 668$.

7. Quién contrata: tipo de empresa y sector económico

Sobre las 435 ofertas de empleador directo identificado, la consultoría y los servicios IT (Kirey, Trileuco, NTT DATA, Accenture, Avanade, Capgemini, Kyndryl, Babel, Ayesa...) se llevan el 40,2% —un 26,2% de todo el mercado, headhunters y plataformas incluidos. Sumando la tecnología de producto propio (HappyRobot, Multiverse Computing, Salesforce, Segera...) con otro 12,4% del total, casi 4 de cada 10 ofertas de IA en España las publica el propio sector tecnológico contratando para sí mismo.



Ofertas por sector económico, solo empleadores directos identificados (10 principales). n = 435.

El resto de la economía —banca/seguros/fintech, industria/energía, medios/marketing, farmacéutica/salud, educación, retail, transporte, turismo— suma en conjunto el 26,5% 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 (59 ofertas) supera ligeramente al Machine Learning clásico (53) —lógico, porque construyen soluciones generativas para sus clientes. Pero en tecnología de producto propio la relación es 52 a 8 a favor del ML clásico; en banca/seguros/fintech, 25 a 1; en farmacéutica/salud, 17 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:

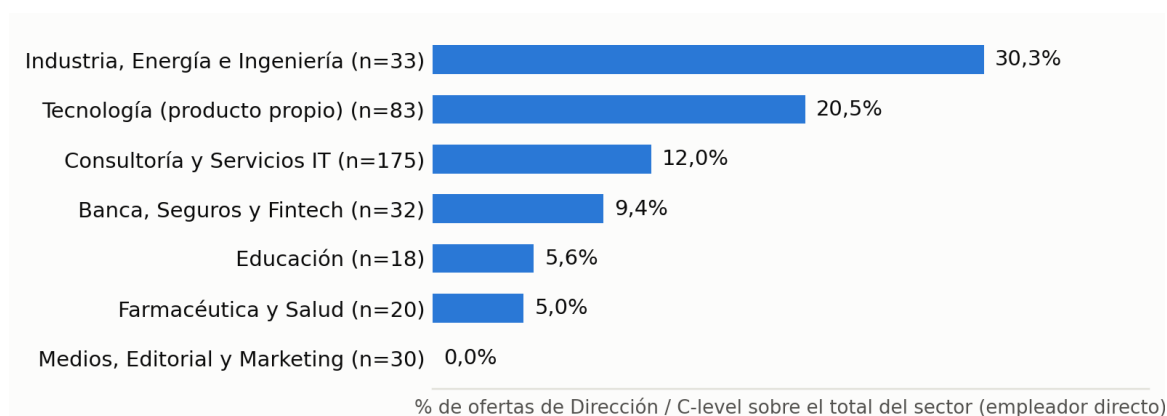
Empresa (empleador directo)	Ofertas	Sector
Kirey España	25	Consultoría IT
Dow Jones	24	Medios/Editorial
Trileuco Solutions	21	Consultoría IT
HappyRobot	16	Tecnología (producto propio)
Gartner	11	Consultoría IT

En agencias de selección/ETT, en cambio, cinco empresas ya explican el 55% de todo el canal (143 ofertas):

Agencia de selección/ETT	Ofertas	% del canal
Asenium	20	14%
Tenth Revolution Group	19	13%
Mackinnon Bruce International	15	10%
European Recruitment	13	9%
All European Careers	11	8%

Y en plataformas de empleo, la concentración es casi total: **Jobgether** publica 36 de las 46 ofertas del canal —el 78%—, 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 es, de largo, el sector que más contrata perfiles de Dirección/C-level en proporción a su tamaño; Medios/Editorial/Marketing no publica ni una sola oferta de ese nivel.

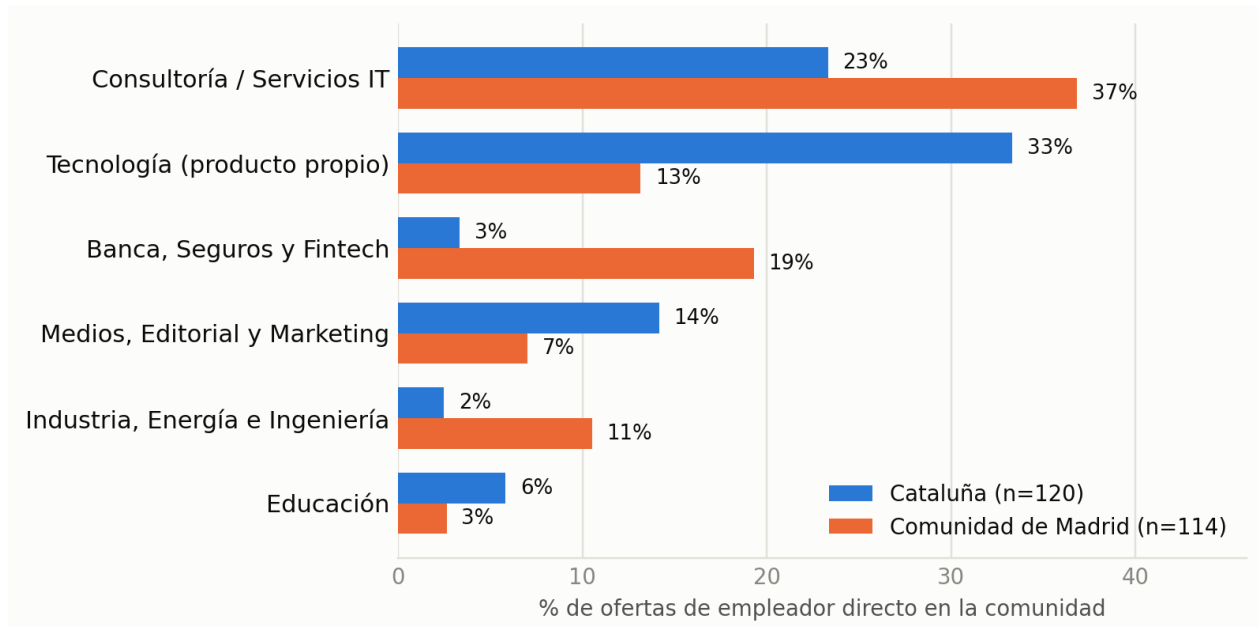


Peso de las ofertas de Dirección/C-level sobre el total de cada sector, solo empleadores directos con al menos 15 ofertas. n varía por sector (ver etiquetas).

Lectura probable: en industria y energía la IA entra como decisión estratégica liderada por dirección o C-level; en medios y marketing se incorpora en la operación —redacción, contenido, analítica— 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. $n = 120$ (Cataluña), $n = 114$ (Madrid).

Cataluña tiene más peso en tecnología de producto propio (33,3% de sus ofertas directas) que en consultoría IT (23,3%) —ahí manda el “hacer” sobre el “vender servicios”. **Madrid** es justo lo contrario: 36,8% consultoría/servicios IT y un notable 19,3% de banca/seguros/fintech (BBVA, CaixaBank Digital Hub, ING, DWS Group...), un peso financiero que no aparece en ninguna otra comunidad.

Fuera de Madrid y Cataluña, la contratación de IA es casi monocultivo de outsourcing. País Vasco (58,3%), Comunidad Valenciana (54,5%), Castilla y León (53,8%), Andalucía (69,2%) y especialmente Galicia (94,1%) tienen la contratación de IA dominada por consultoras de servicios IT. 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 (77,0%) y Cataluña (75,0%) tienen la mayoría de ofertas publicadas por el empleador directo, pero en la Comunidad Valenciana los headhunters superan al empleador directo (52,2% frente a 47,8%), y en Galicia (42,9%) y País Vasco (39,0%) el peso de la intermediación es muy alto. Fuera de la capital y Barcelona, contratar IA pasa más a menudo por un intermediario.

Aviso metodológico. En comunidades pequeñas (Asturias, Andalucía, Cantabria, Aragón, Extremadura...) los porcentajes de puestos de “dirección/C-level” que a primera vista parecen muy altos son, verificados uno a uno, el mismo puesto republicado por una agencia en varias ciudades (“Director de Estrategia de IA” de Tenth Revolution Group, “Responsable de Inteligencia Artificial” de Kirey). No reflejan una proporción real de puestos directivos en esas comunidades: son un artefacto de campañas de selección multitudinaria, no una señal de mercado.

9. Conclusiones principales

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

Casi 4 de cada 10 ofertas del mercado, y casi 6 de cada 10 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 (26,5%).

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

El 28,3% del mercado pasa por un intermediario (headhunter o plataforma), y otro 6,6% 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 o supera 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 es casi monocultivo de outsourcing.

En País Vasco, Galicia, Andalucía, Comunidad Valenciana y Castilla y León, entre el 53,8% y el 94,1% de la contratación directa de IA es de consultoras de servicios IT. 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 1,2% de los títulos se etiqueta explícitamente como junior, frente a un 22,2% de dirección/C-level. Otro 55,7% 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 13,4% al 20,1% entre la primera y la segunda mitad del periodo analizado (+50%). 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 78% de las ofertas de plataformas de empleo; cinco agencias de selección explican el 55% del canal de headhunting/ETT. No es un mercado de intermediación fragmentada, sino dominado por un número reducido de actores muy activos.

10. 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 53 y 141 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 6,6% de las ofertas queda sin clasificar por prudencia, ante empresas de nombre poco reconocible y una sola oferta publicada.
- **Distorsión por republicación multi-ciudad.** Varias agencias publican el mismo puesto como anuncios independientes en distintas ciudades, lo que infla artificialmente el volumen y puede sesgar los porcentajes en las comunidades autónomas con menos ofertas (ver aviso en el apartado 8).
- **Sin dato de salario por oferta.** El portal solo publica medianas salariales agregadas por especialidad, no por anuncio individual, por lo que este informe no incluye análisis retributivo.

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 (668 ofertas, campo a campo) disponibles en el archivo Excel que acompaña a este informe.