

Marcar con una "X" la opción que corresponda:

	INDEFINIDO CON CARGO A LÍNEA DE INVESTIGACIÓN/SERVICIOS CIENTÍFICO-TÉCNICOS	Línea de Investigación:	
X	DE DURACIÓN DETERMINADA FINANCIADO CON CARGO AL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA		
	DE DURACIÓN DETERMINADA FINANCIADO CON CARGO A FONDOS EUROPEOS NO COMPETITIVOS		

REFERENCIA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	SPAIN LIVING LAB
TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	SPAING Living Lab
SUBCONCEPTO PRESUPUESTARIO	6404842
FECHA FIN DE EJECUCIÓN	31/03/2026
FINANCIADO POR: (MICINN, ACISI, UE, etc.) <u>Incluir logotipos en el encabezado de este documento</u>	AGENCIA CANARIA DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

La formalización del contrato de trabajo vinculado a la presente oferta no implica por parte de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, o de sus entes dependientes, ningún compromiso en cuanto a la posterior incorporación del interesado a la plantilla de la Universidad o de dichos entes.

El procedimiento de selección se realizará de acuerdo con los principios constitucionales de igualdad, mérito y capacidad.

CATEGORÍA EXIGIDA: (Marcar con una "X" una única opción)

Personal investigador	Investigador	ICP2	Máster o equivalente (MECES 3)	
	Investigador doctor	ICP1	Doctor (MECES 4)	
Personal de apoyo		PACP3	Técnico Superior FP o equivalente (MECES 1)	
		PACP2	Grado o equivalente (MECES 2)	
		PACP1	Máster o equivalente (MECES 3)	
Técnico		TCP5	Técnico Superior FP o equivalente (MECES 1)	
		TCP4	Grado o equivalente (MECES 2)	X
		TCP3	Máster o equivalente (MECES 3)	

INDICAR SI SE REQUIERE ALGUNA TITULACIÓN ESPECÍFICA:

FECHA PROPUESTA DE INICIO DE LA RELACIÓN LABORAL: 1 de agosto de 2025

PLAZAS OFERTADAS: DOS

PERFIL DEL CANDIDATO: Técnico de marketing. Se requiere un candidato con conocimientos avanzados en marketing, inteligencia artificial, turismo, y en metodologías y aplicaciones relacionadas con la digitalización, la innovación y el desarrollo tecnológico. Además, deberá tener un dominio de inglés a nivel B2 o superior.

OTROS MÉRITOS A VALORAR: Se valorará la capacidad para trabajar en equipo, experiencia laboral demostrable, y disponibilidad horaria. Adicionalmente, se considerará la experiencia específica en proyectos de investigación, el desempeño en laboratorios vinculados a las actividades del proyecto, y la participación en equipos multidisciplinares e internacionales.

DURACIÓN DEL CONTRATO: (Seleccionar la opción que corresponda)

INDEFINIDO CON CARGO A LÍNEA DE INVESTIGACIÓN/SERVICIOS CIENTÍFICO-TÉCNICOS	Contrato indefinido financiado hasta fecha fin de ejecución del proyecto de investigación indicado en esta solicitud.
---	---



X	DE DURACIÓN DETERMINADA FINANCIADO CON CARGO AL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA / FONDOS EUROPEOS NO COMPETITIVOS	X	Hasta fecha de finalización del periodo de ejecución del proyecto	
			Hasta fecha determinada antes de la finalización del periodo de ejecución del proyecto	Indicar fecha

TIPO DE CONTRATO: ☒ A TIEMPO COMPLETO (37,5 h) ☐ A TIEMPO PARCIAL (20 h)

DÍAS Y HORARIO SEMANAL DE TRABAJO					
DÍAS	DE	A	HORARIO DIARIO	DE	A
	LUNES	VIERNES		08:30	16:00

RETRIBUCIÓN MENSUAL: 1.425,12 €

* La retribución mensual mencionada anteriormente podrá ser complementada si se aprueban por la ULPGC complementos salariales para la plaza ofertada.

INDEMNIZACIÓN POR FINALIZACIÓN DE CONTRATO:

- CONTRATOS DE DURACIÓN DETERMINADA: A la finalización del contrato suscrito el importe de la indemnización será de 12 días por año trabajado o la parte proporcional en caso de duración inferior al año.
- CONTRATOS INDEFINIDOS: En caso de finalización del contrato suscrito el importe de la indemnización será de 20 días por año trabajado o la parte proporcional en caso de duración inferior al año.

CENTRO DE TRABAJO: Facultad de Turismo, Laboratorio Emotur.

TAREAS A DESEMPEÑAR:

- Desarrollo de estrategias de marketing: definir y ejecutar planes estratégicos de marketing para alcanzar los objetivos comerciales y de marca.
- Gestión de la comunicación interna y externa: asegurar una comunicación clara y coherente tanto dentro de la empresa como con clientes, medios de comunicación y otros stakeholders.
- Creación de campañas publicitarias: diseñar y coordinar campañas de publicidad, promoción y comunicación para aumentar la visibilidad de la marca.
- Gestión de redes sociales: supervisar y gestionar las plataformas sociales de la empresa, creando contenido atractivo y relevante.
- Elaboración de contenido: crear contenido de calidad, como artículos, blogs, videos, y newsletters, para reforzar la imagen y la estrategia de marca.
- Análisis de mercado: realizar estudios de mercado para entender las necesidades y preferencias del público objetivo.
- Gestión de eventos y relaciones públicas: organizar eventos, presentaciones y otras actividades de relaciones públicas para promover la empresa y sus productos.
- Control de presupuesto: gestionar el presupuesto asignado para actividades de marketing y comunicación, asegurando la eficiencia en el gasto.
- Medición de resultados: analizar y medir el rendimiento de las campañas y acciones de marketing, ajustando las estrategias según los resultados.
- Gestión de la imagen de marca: mantener y promover la coherencia y la integridad de la imagen y valores de la empresa en todos los canales de comunicación.

COMPOSICIÓN DE LA COMISIÓN DE VALORACIÓN (mínimo 3 personas):

- D. Sergio Moreno Gil, en su condición de IP.
- D. Dña. Patricia Picazo Peral, en su condición de investigadora y como secretaria de la Comisión.
- D./Dña. Arminda Almeida Santana., en su condición de investigadora, o cualquier miembro del equipo de investigador que se designe



CRITERIOS DE SELECCIÓN:

Los aspirantes que reúnan los requisitos exigidos serán sometidos a un proceso de valoración del CV y documentación justificativa aportada, de acuerdo con los méritos especificados en esta convocatoria y mediante la aplicación del siguiente baremo **con un máximo de 5 puntos**:

Experiencia profesional (Máx. 3 puntos):

Experiencia profesional en responsable de marketing y comunicación (0.25 puntos por cada mes trabajado, hasta un máximo de 3 puntos).

Especificar que tareas a desempeñar por la plaza ofertada serán valoradas (en todas o algunas, especificar):

- **Desarrollo de estrategias de marketing**: definir y ejecutar planes estratégicos para alcanzar los objetivos comerciales.
- **Gestión de la comunicación interna y externa**: asegurar una comunicación clara dentro de la empresa y con los stakeholders.
- **Creación de campañas publicitarias**: diseñar y coordinar campañas de publicidad y promoción de la marca.
- **Gestión de redes sociales**: supervisar las plataformas sociales, creando contenido relevante.
- **Análisis de mercado**: realizar estudios de mercado para conocer las necesidades del público objetivo.
- **Medición de resultados**: analizar el rendimiento de las campañas y ajustar estrategias según los resultados.

Sólo se considerará como mérito la experiencia que exceda el requisito mínimo de 24 meses. Además, se valorará especialmente la experiencia específica en proyectos de investigación, el desempeño en laboratorios vinculados a las actividades del proyecto, así como la participación en equipos multidisciplinares e internacionales. También se tendrán en cuenta conocimientos en inteligencia artificial, turismo, y en metodologías y aplicaciones relacionadas con la digitalización, la innovación y el desarrollo tecnológico.

Formación complementaria (Máx. 2 puntos):

- Estar en posesión de la titulación de Grado o Equivalente (MECES 2) (1 puntos).
 - Estar en posesión de un diploma B2 o superior en inglés (1 puntos).

Se podrá convocar a una entrevista a aquellas personas aspirantes que logren las mejores puntuaciones en la fase de valoración de méritos, si fuera necesario aclarar alguno de los méritos y experiencia acreditada. La entrevista se realizará en español y/o total o parcialmente en inglés, adecuándose al nivel requerido para la plaza.

CAUSAS DE EXTINCIÓN DEL CONTRATO



1ª. Las previstas en el artículo 49 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

2ª. Las previstas en el artículo 52 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, con especial mención a su letra e), que especifica como causa objetiva la insuficiencia de la dotación económica de la correspondiente consignación para el mantenimiento del presente contrato de trabajo.

PERIODO DE PRUEBA, según el artículo 14 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

CONTRATOS DE DURACIÓN DETERMINADA. El periodo de prueba será de seis meses para los técnicos titulados y de dos meses para el resto de trabajadores.

DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR:

Se solicitará el CV actualizado, méritos y fotocopia del DNI.

PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES:

El envío de las solicitudes se deberá realizar a través de correo electrónico a la siguiente dirección:
emotur@ulpgc.es

PLAZO: 10 días hábiles desde su publicación en la web de la ULPGC.

PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN:

Finalizado el periodo de presentación de solicitudes la Comisión de Valoración remitirá al Servicio de Investigación, a través de la Sede Electrónica, listado provisional de Admitidos/excluidos para su publicación en la web de la ULPGC (ANEXO I), iniciándose un plazo de TRES DÍAS HÁBILES, a partir del día siguiente a su publicación, para subsanar los defectos que hayan motivado la exclusión u omisión.

A partir de la publicación del listado definitivo de admitidos/excluidos (ANEXO II), la Comisión de Valoración remitirá al Servicio de Investigación, a través de la Sede Electrónica, listado provisional de adjudicación (ANEXO III) donde relacionará el listado de aspirantes ordenados por puntuación, para su publicación en la página web de la ULPGC, iniciándose un plazo de TRES DÍAS HÁBILES, a partir del día siguiente a su publicación, para la presentación de alegaciones.

Finalizado el plazo de alegaciones, y una vez revisada las alegaciones presentadas, la Comisión de Valoración remitirá al Servicio de Investigación, a través de la Sede Electrónica, la siguiente documentación:

- 1.- Acta de adjudicación (ANEXO IV) firmada por todos los miembros de la Comisión de Valoración.
- 2.- Propuesta de Contrato (modelo 8.3 para contratación indefinida o modelo 8.2 para contratación por duración determinada) firmada por el IP y por el candidato seleccionado.
- 3.- La documentación del candidato indicada en la parte inferior de la propuesta de contrato.



LISTA DE RESERVA:

Con el resto de solicitantes admitidos y baremados por la Comisión de Valoración de este proceso selectivo se generará una lista de reserva ordenada por puntuación.

