

Guía para encontrar empleo en el sector turístico a través del Social Media

Índice

Introducción	3
1. Cuida tu marca personal y reputación online	5
La marca personal: una construcción global y gradual	5
Hacia una reputación online de calidad más que de cantidad ...	7
Lugares donde acreditar tu valía	9
2. Intégrate en la comunidad y participa en la conversación	11
Practica un networking selectivo y transversal	11
La pregunta clave: ¿qué criterios debemos seguir para llevar a cabo ese networking?	12
Hazte visible a través de la interactividad	13
Modula el tono en función de donde te encuentres	14
3. Aprende a gestionar tu currículum	16
Siempre hay aspectos que mejorar	16
Detalles que revelan un perfil bien construido	16
¿Dónde poner en marcha el CV?	17

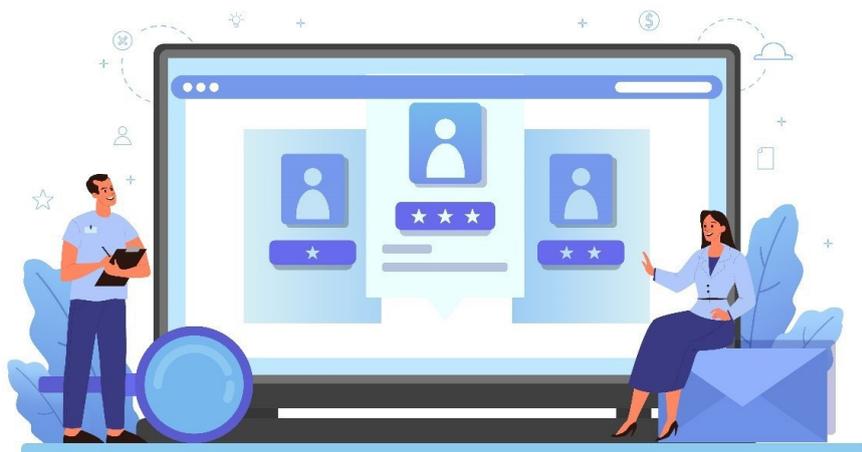
Introducción

El empleo es y va a ser uno de los grandes retos globales en la pandemia. Con un entorno laboral y unos modelos productivos en plena transformación, el nuevo escenario de trabajo se caracterizará por la flexibilidad, la formación continua, las *soft skills* o habilidades blandas, la automatización y la instauración de la cultura de servicio 24 horas. Unas tendencias que van a acentuarse todavía más en aquellos sectores estrechamente vinculados a los entornos digitales, como es el caso del turismo.

En este sentido, el uso de plataformas tecnológicas para localizar oportunidades y compartir contenidos profesionales resultará determinante para acceder al mercado laboral y, concretamente, a los nuevos empleos turísticos. Algo que, sin embargo, no implica que todos tengamos que convertirnos en expertos en marketing online, pero sí que debemos ser conscientes de la necesidad de estar presentes y de tener unas nociones básicas sobre este entorno, así como tener claro cuáles son los aspectos determinantes que debemos destacar e implementar en nuestros perfiles.

El Social Media, que es como se conoce a las plataformas de interacción y socialización, es un universo que incluye las redes sociales, pero también elementos tradicionalmente olvidados como blogs, foros, la geolocalización y las herramientas multimedia. Debemos tener en cuenta que las empresas utilizan esos espacios y sus distintas aplicaciones para buscar candidatos potenciales, así como para tomar decisiones de contratación analizando perfiles y motivaciones.

Online Application



Es por ello por lo que desde CESAE Business & Tourism School presentamos esta guía práctica con consejos, pautas y hábitos para facilitar y ayudar a los profesionales del sector turístico la búsqueda de empleo en la Era Digital.



Introducción

Esta guía se divide en las siguientes secciones:

- Cómo cuidar tu marca personal y reputación online.
- Fórmulas para integrarte en la comunidad y participar en la conversación.
- Tips para aprender a gestionar tu currículum.

01. Cuida tu marca personal y reputación online

La marca personal: una construcción global y gradual

La marca personal es toda la información disponible en Internet que podemos encontrar sobre nosotros, es decir, es un conjunto de datos en torno a los cuales se va formando nuestra reputación digital. En el sector turístico, esta información se encuentra diseminada en comunidades de viajeros, foros profesionales, blogs temáticos y redes sociales.

Por ello, debemos ser conscientes de que la marca personal se construye de forma global. Es una tarea que requiere paciencia y perseverancia, que avanza al compás de nuestras trayectorias académicas y profesionales y que, al igual que éstas, a veces varía su rumbo hasta llegar a una senda bien definida. He aquí dos ejemplos de esa visión de conjunto que debemos aplicar:

- Si somos guía turístico puede resultarnos interesante mostrar nuestra simpatía y manejo en TikTok. Además, sería más que conveniente desarrollar un blog donde contar con todo lujo de detalles los destinos que hemos visitado, al tiempo que sería interesante mantener una página en Facebook con información de contacto y sobre las visitas y excursiones que ofrecemos; así como estar presente en foros de viajes donde se hable de asistencia turística, receptivos...
- Si nos dedicamos a la formación hotelera parece más que razonable disponer de una web personal donde resalte nuestra vocación profesional y trayectoria en gestión y consultoría. Al igual que en el caso del guía turístico es importante y recomendable complementar nuestro perfil con un blog donde aportar contenido propio de calidad relacionado con el sector hotelero y, de igual forma, impulsar un canal de Youtube con el que desplegar esos conocimientos en un formato más directo y dinámico, que nos permita conectar con un público más audiovisual y no tan usuario de los entornos propiamente académicos.



Se trata de darnos a conocer en nuestro sector y hacer que queden patentes nuestras habilidades profesionales, un objetivo difícil en un ámbito como el turismo donde proliferan expertos de gran valía, pero no imposible.

01. Cuida tu marca personal y reputación online

De lo que sí debemos ser conscientes es que no basta con la mera presencia, por bien adornada que esté. Los smokesellers, es decir, los tradicionalmente llamados 'vendedores de humo', son detectados casi de forma inmediata en las redes sociales. Los reclutadores y el resto de los profesionales vinculados a los recursos humanos del sector turístico saben bien identificar en el Social Media a estos vendedores de humo de mucha verborrea y carentes de la más mínima solvencia en el campo que aseguran dominar.

Desde CESAE Business & Tourism School destacamos un par de hábitos que nos ayudan a cuidar nuestro perfil, poniendo el énfasis en que nuestra visibilidad quede asociada a una serie de competencias:

1. Búscate en Google. Explora los resultados que muestra Google al escribir tu nombre y apellidos. No lo tomemos como un ejercicio de complacencia, sino como un modo de monitorizar nuestra identidad digital. Este control rutinario nos va a permitir comprobar qué información personal está disponible en acceso abierto, qué tipo de contenidos se asocian con nosotros y cómo va variando su orden de aparición en el listado de entradas y, entre otros datos, qué imágenes están vinculadas a nuestro perfil. En definitiva, es un ejercicio que va a repercutir positivamente en la forma que construimos y potenciamos los rasgos que nos identificamos en Internet.
2. Mejora tu web personal. El perfil profesional digital, que puede derivar en una marca personal que nos haga sobresalir, tiene que estar centralizado en una página personal donde se muestre con claridad quienes somos y qué hacemos. Estos espacios personales online son el equivalente a las antiguas tarjetas de presentación. Se construyen en plataformas gratuitas con servicios *freemium*, como por ejemplo About.me, de uso sencillo y amigable. La puesta al día de esta web tiene que estar centrada en la personalización (el estilo y tipografía del texto, la imagen de fondo), la agregación de otros servicios (en especial, las redes sociales) y la ampliación del portfolio.



01. Cuida tu marca personal y reputación online

Hacia una reputación online de calidad más que de cantidad

La reputación online depende, en gran medida, de los comentarios que vierten sobre nosotros o nuestro trabajo otros usuarios de Internet. En este entorno son claves los seguidores, los contactos, los amigos, los suscriptores, los *likes*. Sin embargo, conviene no confundir la perspectiva y creer que la reputación online se mide al peso como en otros ámbitos como por ejemplo el de los *influencers*, con millones de fans.

En un sector como el turístico, donde predomina la calidad y la formación, hay que buscar una reputación online de tipo cualitativo, que nos posicione discursivamente como especialistas, ya sea en *Revenue Management*, cocina profesional, organización de eventos, gestión de hotelería y restauración, etc., y que, además, tenga un reflejo o correspondencia verificable con esa estela de contenidos que vamos produciendo en el *Social Media*.

¿Cómo demostrar entonces tus conocimientos y habilidades en el Social Media?

1. Aporta contenido y comparte. Es de vital importancia dedicar unos minutos cada día a promocionarnos en el sentido más profesional de la expresión. Es vital dar movimiento al material que vamos produciendo y atesorando (publicaciones del blog, artículos, vídeos o cualquier otra novedad de calidad que lleve tu firma), distribuyéndolo por distintos canales y estimulando un *feedback* cotidiano con nuestros colegas.

Ese contenido diseminado evidencia que nuestro perfil es algo más que una simple imagen o un rótulo, ya que patentiza nuestras competencias y contribuye a que se nos asocie con una habilidad o temática determinada.



2. Sigue la actualidad. El turismo no es una actividad que nos permita aislarnos en nuestro ámbito sectorial, sino un fenómeno social, cultural y económico absolutamente interconectado y global. La erupción de un volcán en Europa o un golpe de estado en Asia, por poner dos ejem-

01. Cuida tu marca personal y reputación online

plos, tienen repercusiones sobre aeropuertos, hoteles y, en definitiva, los flujos turísticos. Estar al tanto de las noticias generalistas, además de las propias del sector, ha de formar parte de nuestro día a día, para difundir aquellas que guarden más relación con nuestros temas nicho.

Debemos informarnos a través de varios medios y canales, incluso en aquellos con los que experimentemos menos afinidad, focalizando nuestra atención en los hechos al margen de las opiniones.



3. Mantén tus redes sociales activas. Unos perfiles sociales en los que se aprecie una falta de actividad desde hace semanas o, incluso, meses pueden indicar dejadez. Igualmente, tampoco hay que caer en el extremo contrario, con una actividad exagerada donde a cada momento del día estemos metidos en 'charcos' en Twitter, Facebook o cualquier otra red. Diferenciando entre lo que es tiempo de ocio y tiempo de trabajo, el equilibrio lo podemos encontrar a través de un *like*, un retuit, un saludo, una felicitación, en definitiva, pequeños gestos que en conjunto modelan una actitud positiva que debes alimentar con asiduidad.

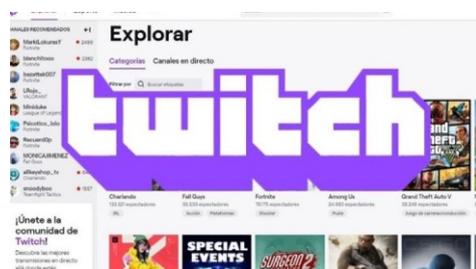


01. Cuida tu marca personal y reputación online

Lugares donde acreditar tu valía

Los espacios de reputación para un experto turístico son muy diversos. No debemos quedarnos con uno nada más, sino que debemos acostumbrarnos a compaginar varios de ellos para configurar un espacio más completo sobre nosotros mismos.

- Tutoriales en Twitch. Aprovecha esta plataforma tan de moda que permite realizar transmisiones en directo para divulgar aspectos específicos de tu área de especialización de forma práctica, con pasos y con material de tu propia cosecha.



- Webinars turísticos. Imparte cursos, seminarios, charlas, interactuando con alumnos, clientes y compañeros. Las temáticas deben ser de actualidad y despertar el interés de los asistentes. Por supuesto, asiste también a los de tus colegas e intenta aprender y participar. La retroalimentación es más que importante para conformar un perfil más completo.



- Publicaciones. Contactemos con editoriales, revistas especializadas y tratemos de publicar tus investigaciones en un formato académico. Es una manera de dotar prestigio a nuestro perfil y de darnos a conocer en el ámbito científico que, en el caso del turismo, está muy vinculado con las empresas.
- Instituciones académicas. Podemos estrechar lazos con universidades que ofrezcan el Grado de Turismo y explorar la posibilidad de participar en conferencias, másteres y actividades docentes. Esa afiliación institucional representa, de alguna forma, un sello y un aval de nuestra trayectoria.

01. Cuida tu marca personal y reputación online

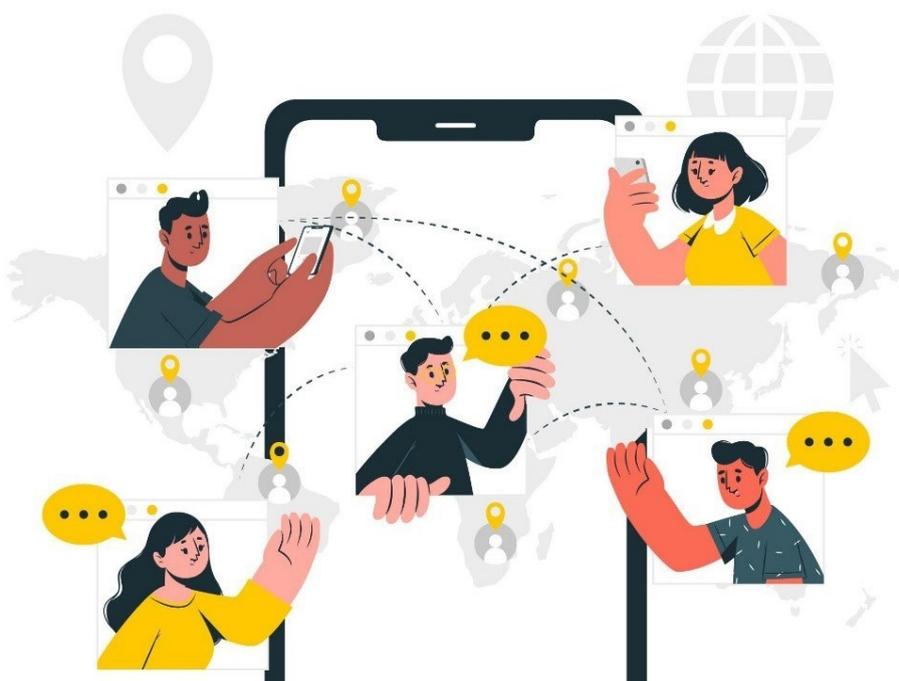
- Blogs. Crea y desarrolla una bitácora sobre experiencias profesionales y aspectos de actualidad turística, asociándolo a un boletín o *newsletter*, un concepto de comunicación con suscriptores que ha regresado con fuerza. Wordpress, Blogspot y Medium son tres de las herramientas más populares.
- Foros y redes. En los foros temáticos, convertidos en redes sociales como, por ejemplo, TripAdvisor, se forjan comunidades de viajeros que valoran mucho las aportaciones y el asesoramiento de los expertos que después reciben opiniones positivas y recomendaciones.

02. Intégrate en la comunidad y participa en la conversación

Practica un networking selectivo y transversal

Una máxima en el Social Media es que este mundo premia las interconexiones y penaliza las islas. Es por ello por lo que debes dejar a un lado la melancolía y el aislamiento. En Internet incluso las personalidades más inaccesibles y reservadas tienen un círculo de confianza, vínculos con otros usuarios y diversos contactos a través de los cuales conseguir que sus mensajes adquieran más resonancia.

Si ponemos el foco en el turismo, cabe recordar que estamos en un sector especialmente extrovertido, sociable y comunicativo. Precisamente por ello en la búsqueda de empleo en este sector los contactos y conexiones adquieren mucha importancia y relevancia. Un gran porcentaje de puestos a cubrir no son visibles en las ofertas de trabajo, como reconocen en sus estudios las compañías de recursos humanos. El 'boca a boca electrónico' o eWOM (*electronic Word-of-Mouth*) es un recurso clave y el mejor modo de ejercitarlo es integrándonos en la comunidad con nuestros compañeros.



02. Intégrate en la comunidad y participa en la conversación

La pregunta clave: ¿qué criterios debemos seguir para llevar a cabo ese networking?

Una vez más, estamos ante una tarea casi artesanal, de selección cuidadosa y meditada, que está lejos de parecerse las tradicionales construcciones de redes de contactos apresuradas e indiscriminadas.

Para lograrla llevar a cabo con éxito debemos seguir estas dos pautas principales:

1. Relaciónate con personas de campos afines, pero también busca la transversalidad. Si, por ejemplo, nos interesa el *Big Data*, tratemos de acercarnos a expertos que trabajen con esa herramienta de análisis. Si nos atrae el carisma de una líder empresarial, nos emociona un grupo musical, nos partimos de risa con nuestro monologuista preferido, por supuesto, debemos seguirlos. Nuestra personalidad también forma parte de nuestro perfil profesional. En un contexto cada vez más robotizado, los *recruiters* buscan candidatos humanos en toda la expresión de la palabra: candidatos que sepan expresar y canalizar sentimientos.
2. Tras esa esfera de composición heterogénea que proporciona diversidad y confort a nuestra red de contactos, es absolutamente imprescindible cimentar otra más homogénea y que debemos nutrir con regularidad: la de tus pares, es decir, de aquellas personas especializadas en lo mismo que tú. Para competir, trabar amistad, continuar aprendiendo, divulgar tus conocimientos, detectar a tiempo las tendencias del sector, recabar informaciones publicadas y no publicadas, estar al tanto de nuevos proyectos... Los motivos que justifican la conexión con nuestros pares son más que evidentes. ¿Te imaginas a un director de hotel sin contactos en redes sociales con otros directores o gerentes de cadenas hoteleras?

02. Intégrate en la comunidad y participa en la conversaci3n

Hazte visible a trav3s de la interactividad

Por su modelo y din3mica, el Social Media se constituye como un conjunto de espacios de conversaci3n. Hasta los grandes ejecutivos tur3sticos han empezado a tomar parte de este di3logo global, por ejemplo, en Twitter, con mensajes sobre la estabilidad pol3tica, la recuperaci3n econ3mica o los 3xitos deportivos de nuestro pa3s. Las redes sociales se han convertido en la nueva 3gora o plaza p3blica donde se producen debates de todo tipo que, de una u otra forma, acaban teniendo repercusi3n en el resto de la sociedad y sus instituciones.

Particularmente, el turismo es un sector proclive a este tipo de intercambios. Sus profesionales intervienen con naturalidad en asuntos de actualidad: consumo, leyes, meteorolog3a, televisi3n, econom3a, medios de comunicaci3n... El fen3meno tur3stico es multidimensional y eso se traslada al Social Media en forma de participaci3n activa y a veces apasionada de sus distintos actores.

Pero ¡cuidado! Este proceso interactivo puede acabar en desastre si no nos ajustamos a una serie de reglas b3sicas. Lo m3s probable es que nuestras opiniones alcancen un impacto m3nimo y pasajero, pero tambi3n, por el car3cter viral de las redes sociales, podr3an llegar a tener un eco indeseado.



Estas son algunas de las reglas, o m3s bien precauciones, para participar desde una perspectiva profesional en el intercambio conversacional que se generan en la Web Social:

1. La primera de ellas es, sin lugar a duda, ser respetuoso. Debemos mantener la calma y la cortes3a en todas nuestras charlas, aunque sea para mostrarnos discrepante.
2. Podemos manifestar opiniones pol3ticas, por supuesto, pero es importante hacerlo desde un talante moderado. Las posturas extremistas no van a mejorar nuestra marca personal ni abrirnos las puertas de un empleo.

02. Intégrate en la comunidad y participa en la conversaci3n

3. Evitemos difundir fake news y huyamos de las doctrinas pseudo-científicas, que son auténticas lacras en un mundo como el actual, tan influido por la informaci3n y el conocimiento –aspectos que hay que defender desde la veracidad.
4. Hay que ser consciente de que la sociedad contemporánea y más aún el microcosmos de las redes sociales, posee una composici3n absolutamente plural, con múltiples –y a menudo contrapuestas– sensibilidades.
5. Debemos fomentar un ánimo constructivo y positivo. Incluso en momentos de crisis tan difíciles como los que actualmente atravesamos en el sector del turismo, siempre hay un halo de esperanza.
6. Reconozcamos abiertamente las cosas que no sabemos con certeza, explicando con humildad y espíritu pedagógico aquellas que sí conocemos.
7. Sin llegar a resultar monotemático, prioricemos los temas que dominamos y, cuando la conversaci3n gire en torno a estos asuntos de nuestra especialidad, reforcemos con datos nuestros argumentos.
8. Aplaudamos los logros de nuestros compañeros de forma sincera y auténtica.

Modula el tono en funci3n de donde te encuentres

La dificultad para conectar suele estar asociada a la falta de adaptaci3n al medio en el que tratamos de establecer esa relaci3n. Al igual que en el mundo físico no nos expresamos de la misma forma en un bar, una tienda o en una consulta médica, en el espacio virtual ocurre algo parecido. Por ello, es comú n que en determinadas situaciones podamos llegar a sentirnos torpes e, incluso, fuera de lugar y, al contrario, en otras nos movemos como pez en el agua.

Hay distintos registros para un mismo fin. En este caso, y siguiendo los criterios que venimos presentando, se trata de conseguir contactos y establecer conexiones. La manera en que lo logramos varía sustancialmente si nos encontramos, por ejemplo, en LinkedIn o en Twitter, pero observemos esas divergencias al analizar cómo obtener contactos en una y otra red:

En LinkedIn:



1. Debemos comenzar pidiéndole a una persona que se una a tu red profesional enviándole una invitaci3n. Si el usuario acepta, se convertirá en un contacto.
2. Recuerda que un buen *networking* no consiste en lanzar invitaciones a diestra y siniestra.

02. Intégrate en la comunidad y participa en la conversaci3n

3. “Me gustarí3a ańadirte a mi red profesional en LinkedIn” es el mensaje est3andar que la propia plataforma facilita. Debemos intentar ser m3s original, personalizando la invitaci3n. Seamos amables, mostremos inter3s por la otra persona y mencionemos alg3n punto en com3n que os vincule.
4. LinkedIn, adem3s, te permite agregar nuestros contactos de correo electr3nico en Google y Hotmail, ahorr3ndonos trabajo. Al seleccionar estos contactos importados para invitarlos a conectar, debemos tener en cuenta un factor tan importante como la privacidad.
5. Hay empresas que realizan *spam* de ventas, solicitando reuniones y enviando mensajes repetitivos. Pero, la mayorí3 de los usuarios est3n cansados de ser tratados como posibles clientes. Si seguimos esa estrategia agresiva, el usuario que haya aceptado tu invitaci3n nos borrar3 inmediatamente de sus contactos, logrando el efecto contrario al deseado.

En Twitter:



1. La agregaci3n de contactos en esta red social no es bidireccional: mientras nosotros podemos seguir a un usuario sin pedir permiso previo (salvo que tenga activado un candado en su perfil), es posible que ese usuario decida no seguirte a ti. Y viceversa.
2. En este espacio, por tanto, el *networking* se ejercita buscando la afinidad a trav3s de la interacci3n: efectuando menciones, retuiteando a quienes nos parecen interesantes, dando *likes*, realizando intervenciones en las conversaciones, utilizando *hashtags*.
3. El microblogging, por su formato de mensajes instant3neos y breves, exige capacidad de s3ntesis, rapidez e ingenio. Y esos rasgos tenemos que trasladarlos al modo en que nos comunicamos sobre nuestros temas de especializaci3n para lograr visibilidad.
4. Debemos generar contenido atractivo y original sobre nuestro tema de especializaci3n, por ejemplo, a trav3s de hilos (varios tuits conectados entre s3) que dan la posibilidad de desarrollar un argumento con m3s contexto y datos. Los hilos se han convertido en un estilo narrativo que, si est3n bien contruidos, tienen mucho 3xito en Twitter.

03. Aprende a gestionar tu currículum

Siempre hay aspectos que mejorar

El currículum tiene poco que ver ya con la antigua hoja de papel donde se enumeraban los títulos académicos, la experiencia laboral, junto con otros méritos y que permanecía inalterable a veces durante años. La presencia digital requiere actualización y perfeccionamiento constantes, máxime en un sector como el turismo donde los cambios son tan veloces y la innovación, unida a la formación, nos hace estar en continua renovación y puesta al día.

De nada sirven los perfiles a medio hacer, con unos pocos contactos y sin apenas publicaciones ni actividad, en el cual se entra de vez en cuando para curiosear breves instantes entre las ofertas de empleo destacadas. Todos los perfiles sociales forman parte del currículum online y eso implica que debemos realizar un esfuerzo extra agregando, depurando, corrigiendo, desarrollando, potenciando... En definitiva, siendo gestores de nuestros datos.

En particular, es fundamental cuidar bien y difundir adecuadamente el perfil profesional donde se condensan la biografía, los conocimientos y las facetas más específicas del ámbito en el que se quiere trabajar.

Detalles que revelan un perfil bien construido

Al registrarnos en una plataforma o portal de empleo, hay una serie de consejos a los que debemos prestar especial atención al editar cualquier currículum:

1. Tenemos que asegurarnos que nuestra fotografía de perfil tiene una alta resolución y tenga validez para un contexto profesional.
2. Completemos todas las secciones posibles (competencias, aptitudes, etc.), aunque sean opcionales o pensemos que carecen de importancia.
3. Revisemos las faltas de ortografía. Debemos redactar sin abreviar palabras y con un nivel acorde a nuestra formación y experiencia.
4. Utilicemos contenido multimedia (vídeos, infografías y fotografías que ayuden a saber más sobre nosotros).
5. Es de vital importancia mantener actualizada la fecha de nuestro CV. Portales como Infojobs tienen esa opción específica de *update* y para los *recruiters* es una señal inequívoca de interés y actitud hacia la búsqueda de empleo.

En concreto y de manera más específica, vamos a fijar nuestra atención en tres detalles muy a tener en cuenta al editar nuestro perfil en LinkedIn, la red profesional por excelencia:

03. Aprende a gestionar tu currículum

- “*Acerca de*”. Este es el texto de presentación que figura debajo la cabecera de nuestro nombre. Hay que aprovechar ese espacio para exponer quiénes somos y qué hacemos. Ni debemos dejarlo en blanco ni enmarañarlo. Cuatro o cinco párrafos cortos y directos que pongan de manifiesto de dónde venimos, adónde vamos y cuáles son nuestros proyectos. Todo para que, de un vistazo rápido, el lector pueda hacerse una idea clara del profesional que tiene ante sí. Puedes complementar este apartado con otro destacado con contenido multimedia.
- “*Grupos*”. La visualización de los grupos en los que estás integrado dice muchas cosas de nosotros y sobre nuestras motivaciones. Estos grupos temáticos y de instituciones contribuyen a definir no solo nuestro ámbito de especialización, sino también nuestras aficiones (ocio, deporte, cultura, etc.). Además, evidencia un comportamiento proactivo en la red. Debemos encontrar los que más se ajusten a nuestros intereses e, incluso, podemos crear uno propio con el nombre, la descripción, reglas y privacidad que deseemos.
- “*Recomendaciones*”. Situadas en la parte de abajo de la página del perfil, no siempre se les concede suficiente importancia. Sin embargo, estas recomendaciones de otros usuarios de la red suponen un gran refuerzo para un CV en un entorno digital en donde las opiniones resultan tan decisivas para todo. Pídelas abiertamente a los contactos con los que hayas mantenido una relación profesional y conozcan bien tus capacidades y habilidades.

¿Dónde poner en marcha el CV?

Por antonomasia, la red social de los profesionales es LinkedIn. En un principio, puede resultar una aplicación difícil en cuanto a su mecánica, pero es porque se trata de mucho más que un currículum online, ya que además de consultar ofertas de trabajo permite establecer contactos, generar contenidos, compartir experiencias y participar en grupos de tu especialidad. Existen otras plataformas internacionales muy potentes, como Xing, centrada en el *networking*, o Indeed, como motor de búsqueda de empleo. Dentro del mercado español, Infojobs es el portal más conocido, de modo que es interesante tener presencia en él.

Sin embargo, en un entorno tan especializado como es el turismo conviene no limitarse a las plataformas generalistas de empleo y acudir a aquellas que están enfocadas en nuestro sector de actividad.

Aquí anotamos algunas propuestas:

- Turijobs (<https://www.turijobs.com>) es el portal de empleo especializado en turismo y hostelería líder en España.
- Hosteleo (<https://hosteleo.com>) es el portal líder de trabajo en hostelería, turismo, hoteles, gastronomía, restaurantes, cruceros, restauración colectiva, balnearios y agencias de viaje.

03. Aprende a gestionar tu currículum

- Animajobs (<https://www.animajobs.es>) se dedica a encontrar trabajo para los animadores turísticos.
- Hotelcareer (<https://www.hotelcareer.com>) ofrece trabajos en hoteles, trabajos en restaurantes y trabajos en hotelería internacional.
- Cruise Jobs Guide (<https://cruise.jobs>) se presenta como el recurso más popular de información gratuita sobre empleo en cruceros.
- AEDH (<https://www.aedh.es>) es la Asociación Española de Directores de Hotel, con un apartado especial de bolsa de empleo.
- Hosco (<https://www.hosco.com>) es una aplicación de empleos en turismo y hostelería.