

PROFESIONALES DE LA PUBLICIDAD, COMERCIALIZACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

En esta ficha se analiza el perfil de la oferta de empleo, así como otros aspectos laborales y formativos del grupo ocupacional **Profesionales de la publicidad, comercialización y relaciones públicas**. Su contenido se ha estructurado en tres puntos: perfil de la oferta de empleo, indicadores laborales y otras referencias de interés.

CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE EMPLEO

En esta sección se desarrollan los distintos aspectos que conforman el puesto de trabajo ofertado: las condiciones laborales propuestas, localización, acerca del puesto ofertado, formación requerida, experiencia, competencias y habilidades del candidato. El resultado será el perfil de la oferta de empleo de estos profesionales.

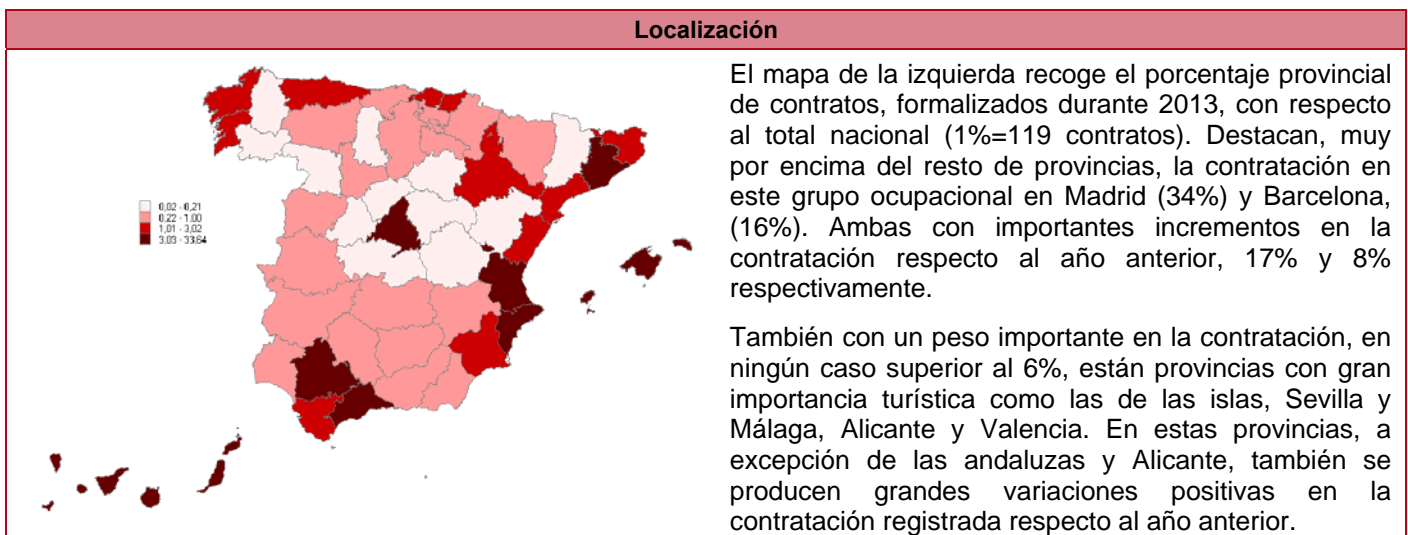
La muestra de 155 ofertas recogidas, procede de las webs de los portales de empleo privados.

Con carácter general la oferta se publicita con una gran diversidad de nombres como: *adjunto, analista, asesor,*

asistente, consultor, coordinador, investigador, planificador, profesional, promotor, relaciones públicas, redactor, responsable, técnico etc., seguido de las palabras de *publicidad, comercio o marketing, comunicación, imagen personal*. En algunos casos también se hace referencia al sector de aplicación del puesto de trabajo. El 69% especifica la categoría profesional del puesto ofertado, los más comunes son técnicos, mandos intermedios o encargados, y directores y gerentes.

Condiciones laborales	
Tipo de contrato	
Temporal: 27%	El 63% de las ofertas recogidas manifiesta el tipo de contrato que proponen y lo hacen en la proporción señalada a la izquierda, y en un 2% de las ofertas se busca una relación mercantil con el candidato. Se ofrece la posibilidad de continuar en el puesto de trabajo en un 41% de las ofertas con contratos temporales.
Indefinido: 34%	
Jornada laboral	
Tiempo completo: 86%	De las ofertas que exponen las condiciones laborales sobre jornada, la mayoría ofrece trabajo a tiempo completo. En cuanto a la distribución de la jornada predominan la jornada partida y la disponibilidad horaria.
Tiempo parcial: 14%	
Salario	
Rango medio: 17-33 mil €/año	El 43% de las ofertas no menciona nada sobre el salario. Quienes lo manifiestan lo hacen en su mayoría, 36%, en el rango señalado a la izquierda. El 10% especifican salarios superiores a este rango y el 24% inferiores. El resto propone un salario a convenir o uno fijo más variable.

Fuente: Elaboración propia, análisis muestra.



Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal

PROFESIONALES DE LA PUBLICIDAD, COMERCIALIZACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

Competencias específicas requeridas

- **Crear e implementar estrategias** de marketing, comunicación y relaciones públicas son las competencias específicas por excelencia de estos profesionales. Así como, el control y seguimiento de las mismas para mantener o aumentar el posicionamiento de las empresas, sus productos y/o servicios en el mercado.
- Las tareas que deben desempeñar estos profesionales son muy **diversas**, como desarrollar estudios de mercado, analizar la rentabilidad, identificar nuevos canales de ventas y mercados, realizar el seguimiento y la evaluación de la competencia, y crear procesos de información (análisis de datos, estadísticas comerciales, redacción de informes y documentos corporativos).
- También, se requieren desempeñar funciones tales como, desarrollar y coordinar políticas de comunicación, realizando la interlocución y negociación con agencias y medios, redactar notas de prensa y comunicados internos/externos, y analizando la información de retorno.
- Otras tareas destacables en estos profesionales son: organización de eventos, ferias y campañas publicitarias, identificar clientes y oportunidades, diseño de anuncios, catálogos, folletos etc.
- El ámbito de actuación de este grupo ocupacional se amplía en algunas ofertas hacia la creación y análisis de contenidos web, y de redes sociales.

Formación y experiencia

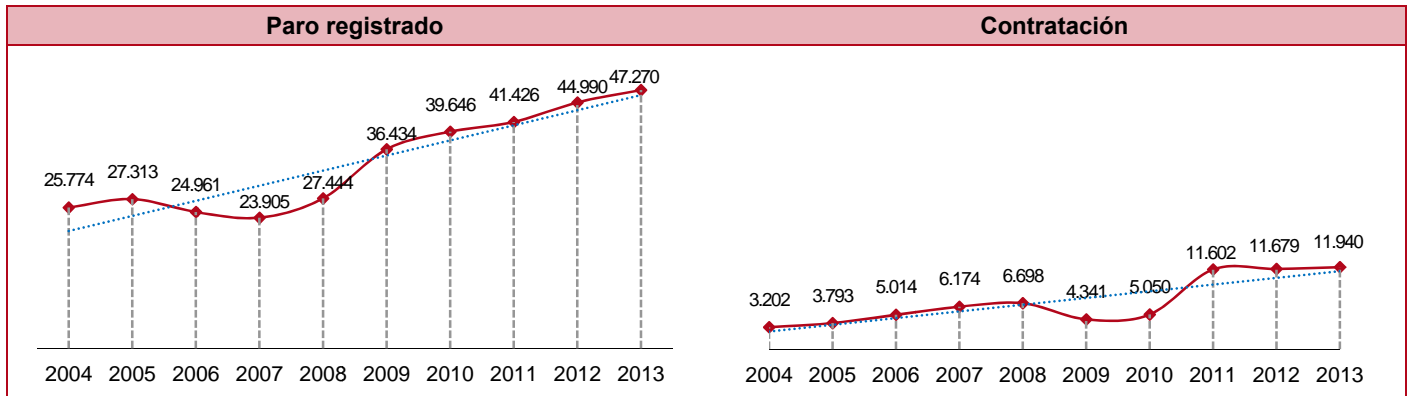
- En el 69% de las ofertas con **nivel formativo** o requerido exigen al candidato estar en posesión de un título universitario, el 12% de bachiller y el 7% de formación profesional con especializaciones concretas. Las titulaciones más demandadas en las ofertas de empleo de este grupo ocupacional son: Ciencias económicas y empresariales, Administración y dirección de empresas, Ciencias de la Información, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad, Relaciones Públicas, Marketing y publicidad, Estadística y Sociología. También hacen referencia a la valoración y/o exigencia de formación complementaria, como máster y estudios de postgrado en las materias anteriormente detalladas.
- El conocimiento de **idiomas** es un requisito muy importante de estos profesionales, aparece en el 51% de las ofertas analizadas. En el 98% de las ofertas con requerimiento de idioma, el inglés es el exigido, además con alto nivel. El francés en el 22%, y el resto (alemán, italiano, etc.) en menor medida.
- Los conocimientos de **ofimática** e Internet aparece expresamente en el 43% de las ofertas, y en muchas de ellas especificando que sea a nivel avanzado. Puntualmente se requieren otros conocimientos informáticos, tales como: e-commerce, diseño gráfico, Photoshop, comunicación digital, gestión de páginas Web, redes sociales, SPSS, SAS ANALYTICS, ORACLE, SQL, etc.
- En el 74% de las ofertas analizadas se especifica expresamente la necesidad a los candidatos de poseer experiencia previa, bien genérica o específica en función de la orientación concreta que tenga el puesto ofertado.

Acerca del candidato

- El 90% de las ofertas no especifican una preferencia por la **edad** de los aspirantes, si bien en aquellas que se indica, el 67% se decantan por personas menores de 30 años. Las personas con discapacitadas tienen una presencia poco significativa en estas ofertas, 1%.
- El 19% de las ofertas recopiladas requieren que el candidato resida en la zona.
- Cada vez más los empleadores dan mayor importancia a la actitud ante el trabajo de los candidatos en los procesos de selección.
- En la mayoría de las ofertas de empleo analizadas, se buscan personas: con gran **capacidad de planificación, gestión y organización**, de comunicación, tanto de expresión oral como escrita, proactivas, con iniciativa y dinamismo, con capacidad de trabajo en equipo y/o autónomo, acostumbradas a trabajar bajo presión, con interés por las nuevas tecnologías, con capacidad de visualización global y estratégica, flexibles y adaptables ante cambios estratégicos, con capacidad analítica y sintética, con empatía, con aptitud comercial, creativas, resolutivas, implicadas en los objetivos de la empresa, con espíritu empresarial y emprendedor, con habilidad en la resolución de conflictos, etc.

PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

Se analiza, mediante una serie de indicadores y datos de fuentes registrales, el comportamiento y dinámica laborales del Grupo Ocupacional en estudio. Se puede consultar: [Actualización permanente de datos mensuales/anuales](#)



Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal

Los dos gráficos anteriores muestran, el primero, la evolución del número anual de personas diferentes que en algún momento del año estuvieron o están registradas y clasificadas como paradas (no solo quien está en esa situación al cierre de cada mes), y en el siguiente, el acumulado anual de contratos, en ambos casos para el grupo ocupacional de Profesionales de la publicidad, comercialización y relaciones públicas y en el conjunto del territorio nacional.

Como consecuencia de la nueva Clasificación Nacional de Ocupaciones de 2011 se han enlazado los datos

anteriores de desempleo, pero no los de contratación (los anteriores a 2011 solo incluyen los de profesionales de la publicidad y la comercialización).

En el número de parados se ha registrado un incremento progresivo, a partir del 2009, de tal forma que en los últimos cuatro años de cada tres desempleados, dos continúan como tal. El volumen de contratos se mantiene con un promedio de 11.740 anuales durante los últimos tres años. A continuación se recoge el perfil básico del desempleado y del contratado.

Perfil de la persona parada	
Al cierre de diciembre de 2013 había 30.872 personas inscritas, lo que supone un incremento del -0,75% respecto al mismo mes del año anterior.	
Hombres:	32,98%
Mujeres:	67,02%
Menores de 30 años:	22,93%
Mayores de 45 años:	22,64%
Parados de larga duración:	35,00%
Personas con discapacidad:	1,50%
Extranjeros:	5,34%
Primer empleo:	4,44%
Beneficiarios prestación:	53,12%

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal

Perfil de la persona contratada	
A lo largo de 2013 se registraron 11.940 contratos, lo que representa apenas un decrecimiento del 2,23% si lo comparamos con el año 2012.	
Hombres:	45,47%
Mujeres:	54,53%
Menores de 30 años:	44,56%
Mayores de 45 años:	10,78%
Parados de larga duración:	4,01%
Personas con discapacidad:	0,43%
Extranjeros:	16,49%
Indefinidos:	31,99%
Temporales:	68,01%



Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal

En el reparto de la contratación por actividades económicas más contratantes hay una amplia dispersión. Dividiendo los datos en tres partes: en una primera los contratos provienen de la de Publicidad y estudios de mercado; una segunda agrupa a seis actividades económicas relacionadas con la Hostelería, el Comercio al por mayor y al por menor, y Actividades cinematográficas y de ocio; y el resto está compuesto por más de 50 actividades. En este caso la distribución por actividades contratantes no difiere de las actividades que publicitan estos puestos de trabajo.

PROFESIONALES DE LA PUBLICIDAD, COMERCIALIZACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

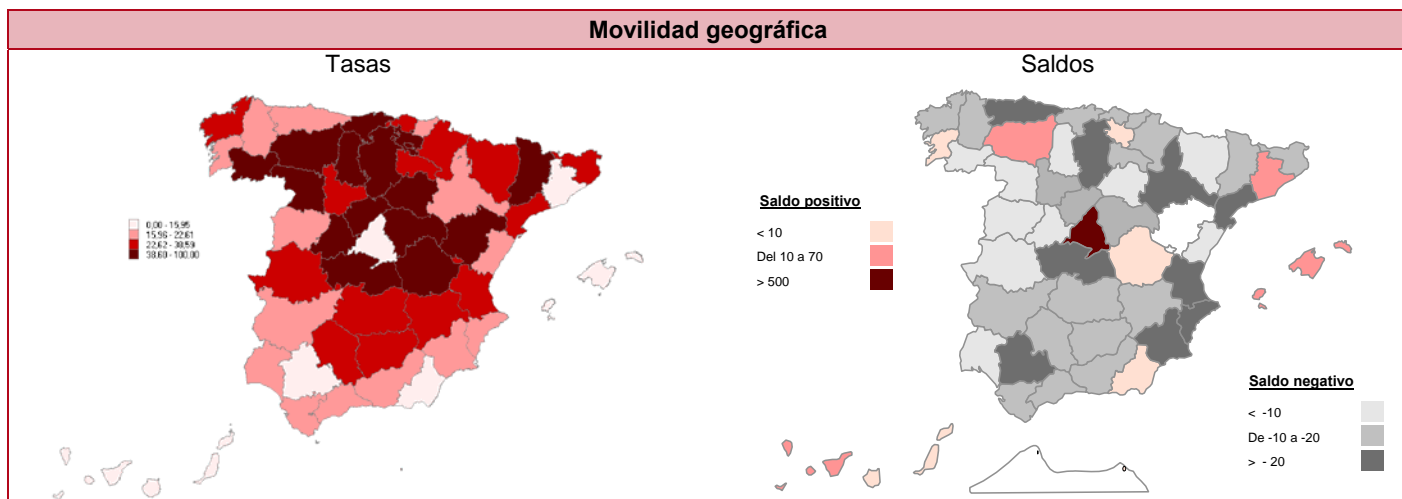
Distribución geográfica de la contratación y el desempleo *									
Geografía	Contratación		Paro registrado		Geografía	Contratación		Paro registrado	
	Total	% Variac.	Total	% Variac.		Total	% Variac.	Total	% Variac.
España 11.94	0	2,23	30.872	-0,75	C. F. Navarra	76	-9,52	337	-6,91
Andalucía	1.513	-35,78	4.202	-1,91	C. Valenciana	896	8,34	2.797	-7,26
Aragón	238	21,43	834	6,24	Extremadura	61	-57,93	329	-7,84
Canarias	831	23,29	830	0,73	Galicia	337	9,77	1.424	-5,07
Cantabria	49	11,36	387	5,16	I. Balears	628	27,64	447	-6,09
Castilla y León	273	17,67	1.135	0,44	La Rioja	42	31,25	134	5,51
Castilla-La Mancha	103	4,04	721	-12,82	Melilla	10	400,00	15	-16,67
Cataluña	2.246	9,88	3.871	-6,16	País Vasco	355	-23,49	1.770	1,84
Ceuta	4	-50,00	12	-7,69	P. de Asturias	120	31,87	492	1,65
C. de Madrid	4.017	17,28	10.629	4,53	R. de Murcia	136	-12,82	506	0,60

Fuente: Servicio Público de empleo Estatal

(*) Nota: Los contratos se refieren al acumulado anual a lo largo de 2013 y su variación es con respecto a 2012. El desempleo se refiere a diciembre de 2013 y su variación es con respecto a diciembre de 2012. En el total de contratos están incluidos 5 que figuran en zona extranjera.

El descenso de la demanda que se produce a nivel estatal se repite en diez de las diecinueve comunidades/ciudades autónomas. Asimismo, en el caso de la

contratación son trece las que se comportan igual que en el total, aumentando el volumen de contratos, como puede observarse en la tabla anterior.



Fuente: Servicio Público de empleo Estatal

La tasa de movilidad pone de manifiesto el porcentaje de contratación que se mueve en cada provincia, bien sea de entrada o salida con respecto al conjunto de los contratos registrados, mientras que los saldos, mapa de la derecha, nos hablan, en valores absolutos, de provincias emisoras o saldos negativos y receptoras o saldos positivos. La mayor movilidad se da en el centro de la península, cerca de Madrid, siendo ésta receptora de muchos de estos profesionales. Igualmente ocurre con las provincias limítrofes a Barcelona.

Otros datos de interés

Los flujos de tránsito sobre las posibles combinaciones entre el trinomio empleado-desempleado-inactivo están condicionados, en este caso, por el fuerte atractivo que la ocupación ejerce sobre desempleados procedentes de otros sectores y ocupaciones. No pudiendo ser absorbidos por el mercado y que ha de ser compensado por la movilidad geográfica, funcional o sectorial, o lo que es peor permaneciendo más tiempo desempleado

como pone de manifiesto el incremento de la tasa de permanencia en el desempleo.

Más del 37% de los contratos que se firman tienen una duración inicial inferior a los tres meses y más de la mitad (56%) son contrataciones por Circunstancias eventuales de actividad y Obra o servicio. Por otra parte, un tercio de los contratos son indefinidos (incluyendo los iniciales y convertidos a esta modalidad). Dos de cada tres contratos se hacen para tiempo completo y en el último año se ha incrementado en un 8%, porcentaje en el que ha disminuido la que se ha hecho de modo parcial. Estos contratos en su mayoría son firmados por mujeres jóvenes sin cobertura de desempleo y ofertados principalmente por pequeñas empresas (dos de cada tres, empresas de menos de 25 trabajadores).

Ni los servicios públicos de empleo ni las empresas de trabajo temporal intermedian de manera significativa en esta ocupación, siendo las propias empresas a través de sus relaciones y bolsas de trabajo y los portales de empleo los que acaparan esta faceta.

GRUPOS OCUPACIONALES, PRINCIPALES FUNCIONES Y ASPECTOS FORMATIVOS

En este apartado se relacionan, a título informativo, los grupos ocupacionales analizados para determinar este perfil de la oferta. Se ha de tener en cuenta que el grupo profesional que se ha estudiado es el que aparece ofertado en los portales de empleo consultados, que es el que circula en el mercado y no siempre coincide con las denominaciones de la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-11).

También se transcriben las funciones que desempeñan estos profesionales, recogidas igualmente en la citada clasificación nacional. Por último, se hacen referencias a aspectos formativos tales como el número de personas que han finalizado estudios relacionados con la ocupación en los últimos años, la formación para el empleo que realizan estos profesionales o los posibles certificados de profesionalidad, etc.

Grupos y ocupaciones que comprende**2651 Profesionales de la publicidad y la comercialización:**

- 26511030 Técnicos en estudios de mercado y opinión pública
- 26511049 Técnicos en publicidad y/o relaciones públicas
- 26511067 Técnicos medios en publicidad y/o relaciones públicas
- 26511076 Técnicos superiores en investigación mercados

(*) Estas ocupaciones representan el 90% de las ofertas estudiadas en este perfil.

2652 Profesionales de relaciones públicas:

- 26521015 Técnicos superiores en publicidad y relaciones públicas, en general

Funciones que desempeñan

Los Profesionales de publicidad, comercialización y relaciones públicas, encuadrados en la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-2011) en el subgrupo Otros profesionales de las ventas, la comercialización, la publicidad y las relaciones públicas, desempeñan las siguientes funciones principales: los que se dedican a la publicidad y comercialización, elaboran y comercializan campañas de publicidad y determinan el mercado para nuevos productos y servicios; y los de relaciones públicas, planifican, preparan, aplican y evalúan estrategias de información y de comunicación que favorezcan una opinión favorable sobre las empresas y organizaciones.

Aspectos formativos

En los aspectos formativos cobra especial importancia la adquisición de las competencias que se requieren en el mercado laboral, con el objeto de facilitar la homologación de dichas competencias y fomentar una mayor movilidad de trabajadores en el mercado europeo, la U.E. estableció la correspondencia entre los niveles de cualificación que en este perfil en concreto, serían 4 y 5. Esta ocupación no requiere una titulación o estudios específicos. La formación de los profesionales puede ir desde la licenciatura o grado de publicidad y relaciones públicas a una formación profesional de grado medio o superior. Finalizaron estudios universitarios durante los últimos años (2007-2012) los egresados siguientes, ver tabla.

Nº de egresados por curso académico (en los Grados se suman los propios y los de 1º y 2º ciclo)

Formación	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	Promedio
Publicidad y relaciones públicas	2.536	2.758	2.871	-	-	2.722
Marketing y publicidad	-	-	-	3.426	3.510	3.468
Técnicas audiovisuales y medios de comunicación	-	-	-	2.136	2.369	2.253

Fuente: INE (Estadística de la Enseñanza Universitaria, para los datos hasta el curso 2009-2010) y MECD (Estadística de Estudiantes universitarios, para los datos desde el curso 2010-2011).

Los desempleados acreditan, en un 57%, formación reglada a nivel universitario y, de aquellos que lo declaran, el 20% son licenciados en publicidad y relaciones públicas. En el ámbito de la formación para el empleo gestionada por los servicios públicos de empleo, la participación de los desempleados de esta ocupación es reducida, al igual que en otros servicios para el empleo que se prestan, aunque la que realizan denota la búsqueda de una formación complementaria que les permita acceder a puestos de trabajo en los que se exigen estas competencias, diseño de web y multimedia, gestión administrativa e integrada de recursos humanos, diseño gráfico y comercio exterior. En el tema idiomas, señalar que los desempleados acreditan un conocimiento de idiomas extranjeros suficiente y mayoritariamente en inglés, francés y alemán. Esto da posibilidades de trabajar en la Unión Europea, ver [Red Eures](#), o incluso la oferta nacional que pide idiomas.

Certificados de profesionalidad: en las Familias profesionales de Comercio y marketing, Imagen y sonido e Informática y comunicaciones existen determinadas áreas relacionadas en mayor o menor medida con el ejercicio de esta ocupación.

Es de interés el sitio web <http://euskilspanorama.ec.europa.eu/> sobre competencias de los perfiles ocupacionales en el ámbito europeo e incluye tendencias.