

## PROMOTORES DE VENTA

En esta ficha se analizan las características de la oferta de empleo de los *Promotores de venta*, cuyos contenidos se han estructurado en tres apartados: perfil de la oferta de empleo publicada, indicadores laborales y otras referencias de interés.

### 1. Caracterización de la oferta de empleo

En este apartado se desarrollan los distintos aspectos que conforman el puesto de trabajo ofertado: las condiciones laborales propuestas, el perfil requerido al candidato, competencias y habilidades, y aspectos relacionados con la empresa que realiza la oferta. El resultado será la caracterización de la oferta de empleo publicada en sitios web.

De la muestra de 145 ofertas recogidas, el 57% procede de portales de empleo privados, el 35% proceden directamente de las webs de las empresas y un 8% de los portales de los distintos servicios públicos de empleo.

La oferta se publicita con carácter general con el nombre de *Promotores* (74%) o *Azafatas* (26%), que se

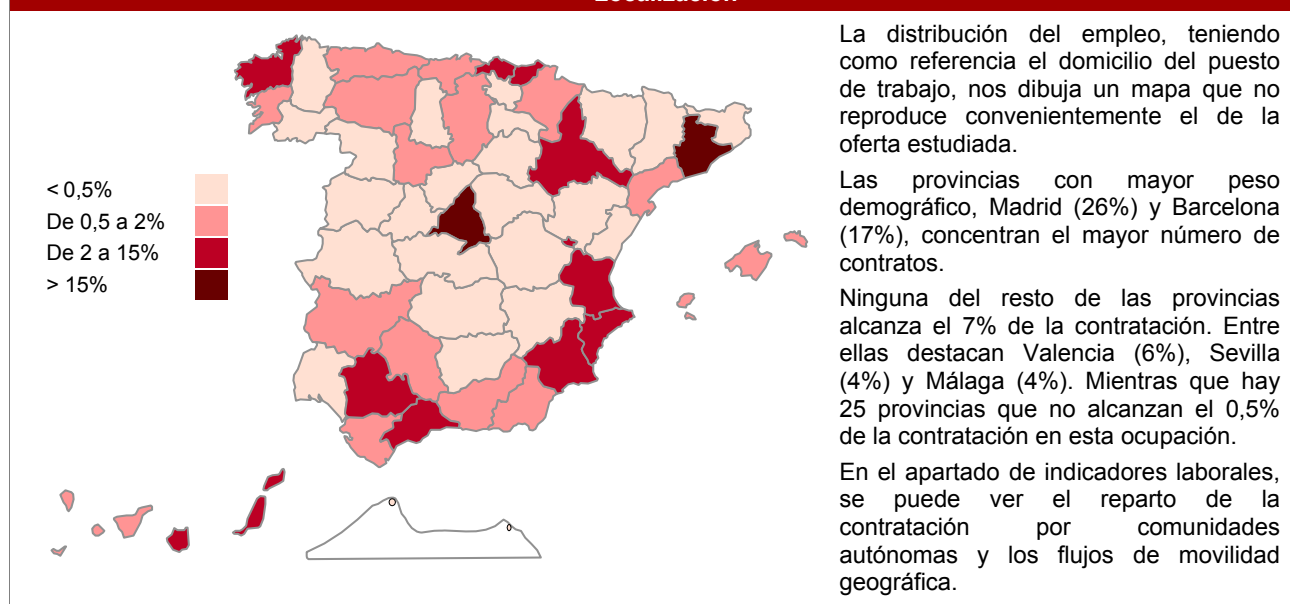
acompaña de una descripción informativa de la especialidad que se busca o del área de trabajo.

Aunque la categoría profesional solo consta en un 4% de las ofertas, cuando lo hace se suelen solicitar técnicos (50%) y en menor medida se les requiere o bien para ejercer como ayudante o como oficiales.

#### Condiciones laborales

Tipo de contrato	
Temporal: 47%	Quienes especifican el tipo de contrato que proponen (58% de las ofertas) lo hacen en la proporción señalada a la izquierda. El contrato de tipo mercantil se ofrece en un 5% de las ofertas. En una de cada cuatro ofertas se ofrece la posibilidad de continuar una vez acabado el contrato inicial.
Indefinido: 8%	
Jornada laboral	
Tiempo completo: 64%	El trabajo ofertado es mayoritariamente a tiempo completo, aunque en casi la mitad de las ofertas analizadas no se indica el tipo de jornada laboral. La distribución de la jornada no consta en un tercio de las ofertas y, en la mitad de las que se indica, se pide disponibilidad horaria y, en una cuarta parte, se oferta jornada partida.
Tiempo parcial: 36%	
Salario	
Rango medio: menos de 9.000 € brutos/año	En la mitad de las ofertas (52%) no se hace público el salario que se ofrece. En las que sí lo hacen, el rango es el señalado en el 43% de los casos, incluye jornada parcial y completa. También de entre quienes lo manifiestan, el 9% ofrece un fijo más variable, en un 4% se propone negociar el salario a percibir y en un 1% se remiten al convenio regulador.

#### Localización



### Competencias específicas requeridas

- En las ofertas de trabajo analizadas y destinadas a *Promotores de venta*, las competencias están bastante definidas, siendo la **venta** de productos y/o servicios la más solicitada, ya que es una competencia primordial en esta ocupación.
- Esta aptitud general se suele complementar con otras que también están presentes en las ofertas de empleo de estos profesionales. Así, por ejemplo, otras funciones clave que desempeñará el candidato son la **promoción** y la **representación**, bien del producto o servicio a vender, o de la marca a lanzar al mercado, ya que, como hemos visto estos profesionales tienen un perfil comercial.
- En un análisis pormenorizado de la oferta, se evidencian una serie de requisitos específicos muy diversos, pero todos orientados y relacionados con tareas complementarias asociadas a las ventas: la **atención e información al cliente**, así como de su **captación, gestión** y el **asesoramiento**, por lo que deben tener un buen conocimiento del producto o servicio a vender. También, aunque en menor medida, aparece que el candidato debe **organizar** y **controlar** las existencias.
- Todas estas competencias pueden solicitarse al trabajador de forma individual, o bien, combinada de distintas formas.

### Acerca de la persona

- En las ofertas de empleo no suele aparecer una preferencia por la edad del candidato (sólo lo hace el 17% de las veces) o al menos no la manifiestan expresamente. Pero en caso de hacerlo se inclinan por jóvenes en la mayoría (88%) de los casos. En la contratación también se observa una preferencia por los menores de 30 años (76%).
- En cuanto al lugar de residencia de los posibles candidatos, en la oferta solo se hace mención expresa en uno de cada cuatro casos, y cuando lo hace se inclina por la residencia en la zona del puesto de trabajo. La movilidad geográfica en el desempeño de esta profesión está muy presente, ya que requieren disponibilidad para viajar en casi la totalidad de las ofertas en que se menciona, o disponer de carnet de conducir o de vehículo.
- En algunos casos se solicita que el candidato sea de un colectivo de interés para el empleo (15%), en esos casos se expresa una absoluta preferencia por las mujeres (85%) y sólo se requiere algún tipo de discapacidad en el resto.

### Formación y experiencia

- En 6 de cada 10 ofertas analizadas se exige experiencia previa a los candidatos. En éstas, se requiere una experiencia que no queda especificada en una de cada tres, y la experiencia debe ser superior a seis meses en otro tercio de las veces.
- Al tratarse de una ocupación no reglada oficialmente, no hay un nivel formativo obligatorio, aunque en un 40% de las ofertas se exige una titulación mínima, con una preferencia por personas con titulación de Graduado en ESO, formación profesional de grado superior o Bachillerato.
- No hay un requerimiento específico por determinadas titulaciones, de hecho no se especifica en el 97% de las ofertas, pero se ofrece formación a cargo de la empresa en el 17% de las mismas.
- Los conocimientos específicos que se detallan se circunscriben a la oferta concreta, carné de manipulador de alimentos, técnicas de ventas, conocimientos del sector específico, etc.

### Idiomas-Informática

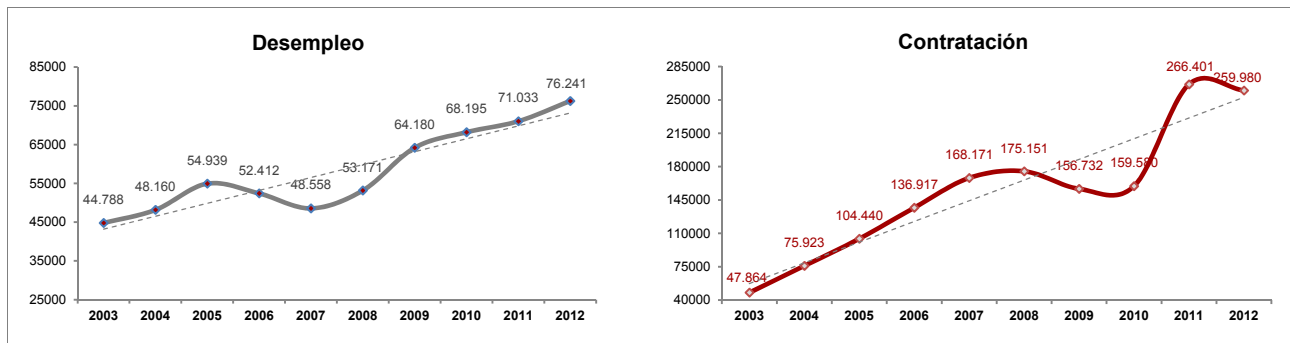
- A pesar de que el conocimiento de idiomas solo está presente en el 16% de esta oferta de empleo, en estos casos el más requerido es, con diferencia, el inglés -con un nivel avanzado-, seguido del francés. Los idiomas cooficiales en las distintas comunidades autónomas apenas tienen presencia en las ofertas.
- El conocimiento de informática se requiere de forma inexcusable en las ofertas. En las que es requerido, se exige un nivel de usuario o un nivel avanzado casi a partes iguales, aunque no se especifican programas o aplicaciones específicas.

### Competencias personales

- La actitud ante el trabajo es con carácter general un factor clave para acceder a esta oferta. Con mayor frecuencia se exige: orientación al cliente, capacidad de comunicación, iniciativa y dinamismo, capacidad de trabajo y orientación al logro de objetivos o a resultados, don de gentes, capacidad comercial y de negociación, etc.
- El candidato tipo es una persona con **buena presencia**, muy **responsable**, **dinámica**, **proactiva**, con **don de gentes** y una **capacidad de trabajo y dedicación máxima**. Con habilidades como la capacidad de comunicación y de negociación. que le permitan la consecución de los resultados propuestos.

## 2. Principales indicadores laborales del grupo profesional

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



\* Como consecuencia de la nueva Clasificación Nacional de Ocupaciones de 2011 se ha producido una fractura en la serie que representa la evolución de la contratación.

Los gráficos anteriores muestran la evolución, en los últimos 10 años, del número anual de personas diferentes que en algún momento del año estuvieron o están registradas como paradas y el número de contratos acumulados a lo largo del año, en ambos casos para el subgrupo ocupacional de *Promotores de venta* 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 ha sido así en los datos de contratación. La profesión no es ajena al

comportamiento general del mercado de trabajo, con un incremento del desempleo y una disminución de la contratación. Se puede observar cómo en esta ocupación la crisis comienza en 2008, y continúa actualmente, siendo en 2012 cuando registra sus peores datos del desempleo. La contratación alcanza un máximo en 2011 pero, como ya se ha explicado, debido a la entrada en vigor de la nueva clasificación de ocupaciones que ha supuesto una quiebra en la serie. Sin embargo, tras ese incremento "ficticio" vuelve a disminuir en 2012.

### Perfil de la persona desempleada

Al cierre de diciembre de 2012 había **42.455 personas** inscritas, esto supone un incremento del 14,92% respecto al mismo mes del año anterior.

Hombres:	6,10%
Mujeres:	93,90%
Menores de 30 años:	40,40%
Mayores de 45 años:	15,40%
Parados de larga duración:	33,00%
Personas con discapacidad:	1,80%
Extranjeros:	6,60%
Primer empleo:	7,58%
Beneficiarios prestación:	34,89%

En las dos tablas anteriores se recogen el perfil general de la persona inscrita como parada y el de la contratada, en ambos casos para el subgrupo ocupacional de *Promotores de venta*. El perfil de la persona desempleada se puede resumir en: mujeres, menores de 30 años, con probabilidades de ser paradas de larga duración y cobrar prestaciones.

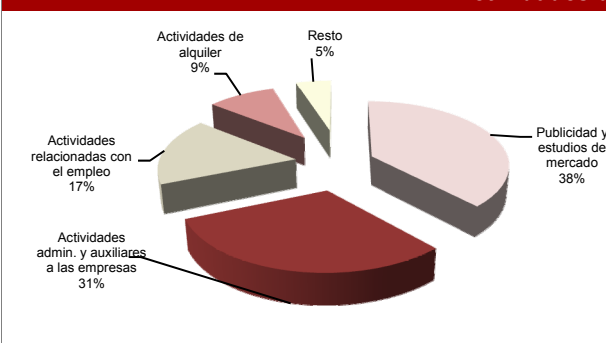
### Perfil de la persona contratada

A lo largo de 2012 se registraron **259.980 contratos**, lo que representa un decrecimiento del 2,41% si lo comparamos con el año anterior.

Hombres:	20,2%
Mujeres:	79,8%
Menores de 30 años:	76,3%
Mayores de 45 años:	3,7%
Parados de larga duración:	1,0%
Personas con discapacidad:	0,3%
Extranjeros:	5,3%
Indefinidos	1,3%
Temporales	98,7%

La persona contratada suele ser mujer y menor de 30 años que accede a un contrato temporal. Los mayores de 45 años tienen una participación del 3,7% y los parados de larga duración del 1%. La rotación es de 3,1 contratos por persona en el 2012, superior al 2,4 nacional para todos los contratos.

### Actividades que más contratan



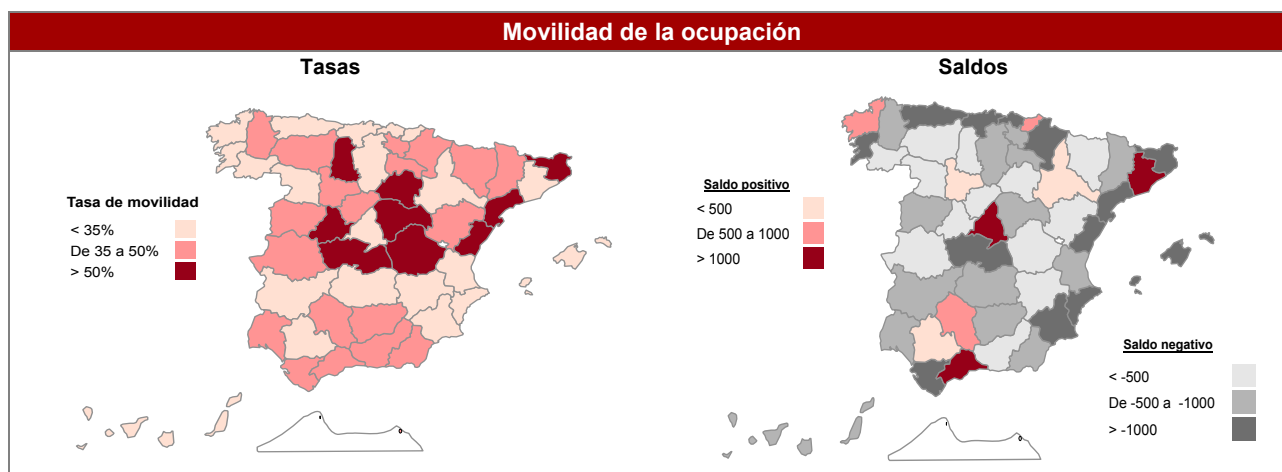
El reparto de la contratación por actividades económicas es similar a las actividades que presentan ofertas de empleo. La actividad más relevante es la de la Publicidad y estudios de mercado fundamentalmente en el área de la promoción de productos y el marketing en el punto de venta. Le siguen las Actividades administrativas de oficina y otras Actividades auxiliares a las empresas, y las Actividades relacionadas con el empleo, ambas están relacionadas con las áreas de actividades que las empresas no consideran como centrales en su actividad empresarial.

Distribución geográfica de la contratación y el desempleo *									
Geografía	Contratación		Desempleo		Geografía	Contratación		Desempleo	
	Total	% Variac.	Total	% Variac.		Total	% Variac.	Total	% Variac.
<b>España</b>	<b>259.980</b>	<b>-2,40</b>	<b>42.455</b>	<b>14,92</b>	C. F. de Navarra	1.919	-5,14	206	24,10
Andalucía	36.417	1,28	11.976	15,63	C. Valenciana	24.422	4,80	4.575	10,00
Aragón	7.795	4,45	798	12,71	Extremadura	2.141	-40,18	832	8,33
Canarias	10.743	-8,59	7.406	9,44	Galicia	12.424	-9,51	2.098	9,96
Cantabria	2.469	-17,31	356	11,95	I. Balears	3.690	24,58	1.002	11,71
Castilla y León	10.373	4,46	1.415	22,19	La Rioja	898	-4,97	113	21,51
Castilla La Mancha	4.059	-4,11	1.288	25,54	Melilla	22	-18,52	26	30,00
Cataluña	47.496	-7,47	2.025	10,78	País Vasco	16.293	-1,73	1.245	24,75
Ceuta	37	5,71	62	67,57	P. de Asturias	3.881	-8,34	1.223	18,74
C. de Madrid	68.603	-1,26	4.771	24,47	R. de Murcia	6.298	7,51	1.038	19,17

\* Los contratos se refieren al acumulado anual a lo largo de 2012 y su variación es con respecto a 2011. El desempleo se refiere a diciembre de 2012 y su variación es con respecto a diciembre de 2011.

Hay seis comunidades autónomas, en las que se ha incrementado interanualmente la contratación, destaca Illes Balears (24,58) y le siguen: Región de Murcia, Ceuta, Murcia, Ceuta, Com. Valenciana, Castilla y León, Aragón, Andalucía. Los descensos más acusados se dieron en Extremadura, Melilla y Cantabria.

Respecto al desempleo, todas las Comunidades Autónomas tienen incrementos, 11 de ellas superiores al incremento del conjunto de España. Destacan Ceuta, Melilla y Castilla-la Mancha. Canarias y Extremadura son las únicas con incrementos inferiores al 10%.



La concentración geográfica de la oferta de empleo encuentra reflejo en la distribución de los saldos positivos y negativos provinciales de las contrataciones. Como puede observarse en los mapas, las mayores tasas de movilidad se localizan en las provincias limítrofes a Madrid, ya que la capital es foco de atracción de estos trabajadores, así como en provincias cercanas a otras provincias receptoras, como es el caso de Girona y Tarragona hacia Barcelona. Sólo nueve provincias son receptoras de contratos, destacando por sus altos saldos positivos Madrid, Barcelona y Málaga. Entre las provincias que muestran saldos negativos, destacan áreas de la Cornisa Cantábrica, del Levante y áreas próximas a Madrid.

Si algo caracteriza a este subgrupo ocupacional es el constante flujo de salidas y entradas de los trabajadores en el mercado laboral. Más de la mitad (54,8%) de los contratos tiene una duración inferior al mes y en un 45,5% la duración es indeterminada.

Por modalidad de contratación, la más utilizada es la de Obra o Servicio con un 65,8% de los contratos realizados. También hay que destacar la alta proporción de contratos con jornada parcial que llega al 64,1% del total.

Es un subgrupo ocupacional con una tasa de estabilidad en el empleo muy baja, concretamente nueve puntos por debajo de la tasa nacional, que es del 10,1.

La disponibilidad de los desempleados inscritos en las oficinas de los servicios públicos que solicitan trabajo en esta ocupación, es más bien escasa. Uno de cada diez, ha elegido su Comunidad Autónoma como ámbito de búsqueda de empleo, dos de cada diez se circunscribe a su provincia de domicilio y, aproximadamente la mitad de los inscritos, solicitan empleo en su municipio de residencia. Este hecho, que puede deberse a diversos motivos: familiares, socioeconómicos, etc., puede incidir en sus posibilidades de inserción en el mercado laboral.

A pesar de que en las ofertas analizadas se observa que el requerimiento de experiencia previa es un requisito importante, más de la mitad de los desempleados inscritos en esta profesión no la tienen.

La intermediación de los servicios públicos de empleo es casi nula, en torno al 0,095% de toda la contratación realizada en 2012. Las empresas de trabajo temporal participan, mediante la puesta a disposición en el 15% de la contratación de estos profesionales.

### 3. Grupos ocupacionales, principales funciones y formación.

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 que 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 en los últimos años, la formación profesional reglada o para el empleo que acreditan estos profesionales, y en su caso, los Certificados de profesionalidad relacionados.

#### Grupos que comprende:

##### 5492 Promotores de venta

54921012 Azafatos de degustación

54921021 Demostradores de productos, en general

##### 5824 Azafatos de tierra

58241017 Auxiliares de tierra, en general

De hecho, ambos pertenecen a grupos ocupacionales distintos, el 549 Otros vendedores y el 582 Trabajadores que atienden a viajeros, guías turísticos y afines, y aunque sus funciones están claramente delimitadas en el CNO-11 a nivel empresarial parecen estar relacionadas.

#### Funciones que desempeñan:

Los *Promotores de venta* hacen demostraciones de productos en locales comerciales, exposiciones y hogares particulares. Entre sus tareas se incluyen:

- Hacer demostraciones de artículos en venta, a fin de informar a los clientes acerca de sus características y utilización, además de estimular el interés de compra, respondiendo a las preguntas asesorando sobre el uso de los productos.
- Vender productos, tomar pedidos y disponer lo necesario para el pago, entrega y recogida de los productos.
- Ofrecer muestras de productos y distribuir catálogos y material publicitario.

Los *Azafatos de tierra*, realizan actividades de acompañamiento, orientación, asistencia, facturación, información, asesoramiento al usuario o cliente del servicio. Desarrollan sus tareas en distintas ubicaciones, dependiendo de la actividad: aeropuertos, congresos, recintos feriales, teatros, etc. Entre sus tareas se incluyen:

- Acoger, recibir y despedir al cliente/usuario
- Registrar la asistencia de los distintos participantes en el evento
- Informar al cliente/usuario de los distintos servicios puestos a su disposición
- Asistir a los clientes/usuarios, realizar facturación y efectuar operaciones de embarque
- Solucionar problemas de pasajeros en tránsito e incidencias en el viaje

#### Aspectos formativos:

Los aspectos formativos mantienen una relación con las competencias que se requieren en el mercado laboral, por ello la U.E. con el fin de homologar dichas competencias profesionales en todo su territorio, estableció los niveles de cualificación y en este perfil concretamente, corresponderían los niveles 2 y 3.

Acabaron los estudios de los Programas de Garantía Social en la *Familia Profesional de Comercio y Marketing (COM)* anualmente entre 2006 y 2010 un promedio de 780 personas. En la formación reglada obligatoria y el bachillerato, en el mismo periodo, el promedio es de 917.218. En ambos casos se cuentan tanto los centros públicos como los privados, según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística.

Formación	Nº de egresados por curso académico				
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	Promedio
Programa Garantía Social P.C.P.I. Comercio y Marketing	715	697	643	1.066	780

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Los desempleados acreditan la formación que al menos se requiere en las ofertas y que muestra en el apartado 1, en el 71,7% de los casos.

En la *Familia Profesional de Comercio y Marketing (COM)* hay una serie de Certificados de Profesionalidad que pueden ser de interés en caso de necesitar certificar esta experiencia laboral. Por ejemplo: Implantación y animación de espacios comerciales o Actividades de ventas.

Para ampliar la información sobre Certificados de Profesionalidad puede consultar el enlace al sitio Web:

[http://www.sepe.es/contenido/empleo\\_formacion/formacion/certificados\\_de\\_profesionalidad/COM.html](http://www.sepe.es/contenido/empleo_formacion/formacion/certificados_de_profesionalidad/COM.html)