

## TELEOPERADORES Y OPERADORES DE TELEMARKETING

En esta ficha, se analizan las características de la oferta de empleo de *Teleoperadores y Operadores de telemarketing* cuyos contenidos se han estructurado en tres partes: perfil de la oferta de empleo publicada, indicadores laborales y otras referencias de interés.

### 1. Caracterización de la oferta de empleo

Este apartado contiene los distintos aspectos que conforman el puesto de trabajo ofertado: las condiciones laborales ofrecidas, el perfil del candidato y dentro de éste competencias requeridas y aspectos relacionados con la empresa que realiza la oferta. El resultado será la caracterización de la oferta de empleo publicada en sitios web.

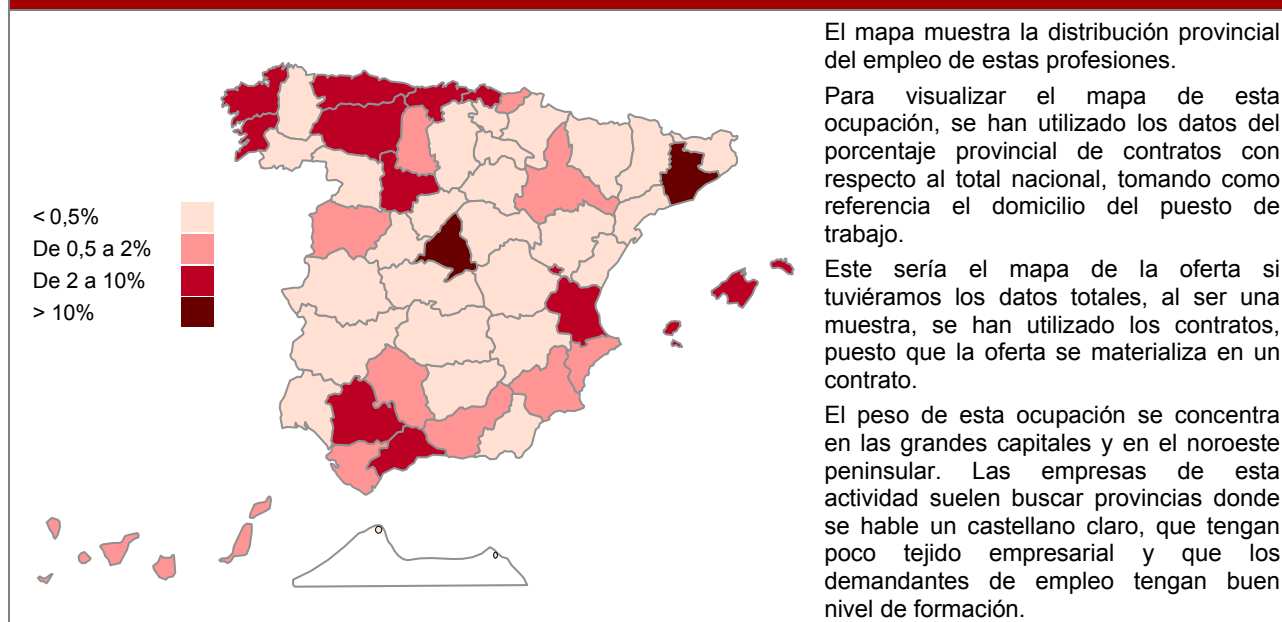
Del total de la muestra (se recogieron 179 ofertas) la mayoría, un 70%, procede de portales de empleo privados, un 3%, de los portales de los servicios públicos de empleo nacionales y autonómicos y el 26% restante procede de las páginas webs de las propias empresas que publicitan directamente sus ofertas de empleo. Normalmente esta oferta de empleo se anuncia con el nombre de los dos grupos profesionales objeto de estudio *Teleoperadores y Operadores de telemarketing* acompañado de algún conocimiento que se exige para el puesto y del sector con el que trabaja la empresa.

En el 71% de las ofertas no se menciona el nivel profesional del puesto. El más solicitado de los que constan es el de ayudantes, auxiliares y especialistas. De cada cinco ofertas, en una se menciona que la formación corre a cargo de la empresa. Las actividades de las empresas que contratan servicios de telemarketing son telecomunicaciones y empresas que comercializan diferentes productos y servicios: seguros, telefonía, ONGs, etc. En la mayoría de las ofertas, no consta el tamaño de las empresas que contratan, en las que se especifica, más de la mitad son empresas de más de 250 trabajadores.

#### Condiciones laborales

Tipo de contrato	
Temporal: 63%	Las ofertas que especifican el tipo de contrato que proponen (tres de cada cuatro) lo hacen en la proporción señalada a la izquierda. Cuando los contratos son temporales, en uno de cada cuatro, se ofrece la posibilidad de continuar en la empresa. El número de ofertas que proponen una relación mercantil representa el 4%.
Indefinido: 10%	
Jornada laboral	
Tiempo completo: 20%	En una de cada cinco ofertas analizadas, no consta la distribución de la jornada, en el resto, se distribuye en este orden: tarde, disponibilidad horaria, turnos, partida y mañana. Por los contratos, sabemos que en estas ocupaciones predomina la jornada a tiempo parcial.
Tiempo parcial: 80%	
Salario	
Rango medio: 8/ 17.700€/año	En una de cada tres ofertas, no se publica el salario que se ofrece; en las que sí lo especifican, el rango de la mayoría es el que aparece a la izquierda de la tabla. El resto hace referencia a la posibilidad de convenir el salario, al convenio o a un salario fijo más variable.

#### Localización



### Competencias específicas requeridas

- Éste es un grupo ocupacional en el que la mayoría de la ofertas (91%) especifican las competencias requeridas para el puesto. Las más solicitadas en orden de mayor a menor número son: **atención telefónica, venta, tareas administrativas, tareas de control y seguimiento, control de pedidos, control de stocks**. Algunas ofertas hacen referencia a funciones como dirigir, gestionar, organizar, planificar, solucionar conflictos, tomar decisiones y realizar estudios de mercado. Captación, fidelización y retención de clientes, concertar de visitas y entrevistas, realización de informes diarios, emisión de llamadas para presentación de productos y servicios y captación de clientes. Emitir y recibir llamadas para conocer las expectativas de los clientes vinculadas a la venta.
- Asociadas a las competencias se especifican las tareas a realizar y los conocimientos necesarios para desempeñar el puesto: conocer la **terminología de los productos y los servicios** ofrecidos, **marketing** social para ONGs, sistema de **gestión CRM**, conocimiento de los **servicios de telecomunicaciones**: Internet, telefonía, tv cable, buena dicción, fluidez verbal, agilidad en el teclado y capacidad de trabajo por objetivos.
- Las competencias varían de unas empresas a otras en función del tipo de actividad y de los procesos que se realizan en la misma: soporte técnico para sistema android, soporte técnico para clientes de telefonía, reclamación y negociación de deudas, seguimiento telefónico de impagados, búsqueda de soluciones, realización de presupuestos, información y asesoramiento personalizado, retener clientes, venta de diferentes productos: bancarios, seguros, energía, telefonía móvil, atención a clientes a través de la web.

### Acerca de la persona

- Las ofertas de empleo de la ocupación de estudio *Teleoperadores y Operadores de telemarketing* no manifiestan una preferencia por la edad del candidato, en las ofertas en las que se especifica, de cada cuatro ofertas dos prefieren una persona de 30 a 45 años y otras dos prefieren un menor de 30 años.
- La mayoría de las ofertas no manifiestan preferencia por ningún colectivo de interés para el empleo, pero cuando lo hacen, el colectivo elegido son las personas con discapacidad.
- En cuanto al lugar de residencia de los posibles candidatos, de cada cuatro ofertas solamente una manifiesta la preferencia de que el candidato resida en la zona del puesto de trabajo.
- En una de cada cinco ofertas, no piden un nivel de estudios determinado. En las que sí se exige, los niveles más solicitados son bachillerato y ESO con titulaciones seguidas de FP grado medio, FP grado superior y universitario de primer ciclo.

### Formación y experiencia

- Tampoco se pide titulación en la mayoría de los casos. Las titulaciones solicitadas en la muestra de ofertas fueron: comercio y marketing, informática, licenciado en lenguaje de signos, comunicación y marketing, trabajo social, empresariales, gestión y administración de empresas y psicología.
- La formación exigida para esta ocupación se relaciona con los siguientes conocimientos: informática y nuevas tecnologías de las comunicaciones, conocimiento de los productos y servicios que comercializan.
- La mayoría de las ofertas analizadas exige experiencia previa a los candidatos; en función del puesto, oscila entre los seis meses y un año que piden más de la mitad de las ofertas y más de dos años para los más especialistas; el promedio está en un año de experiencia.

### Idiomas-Informática

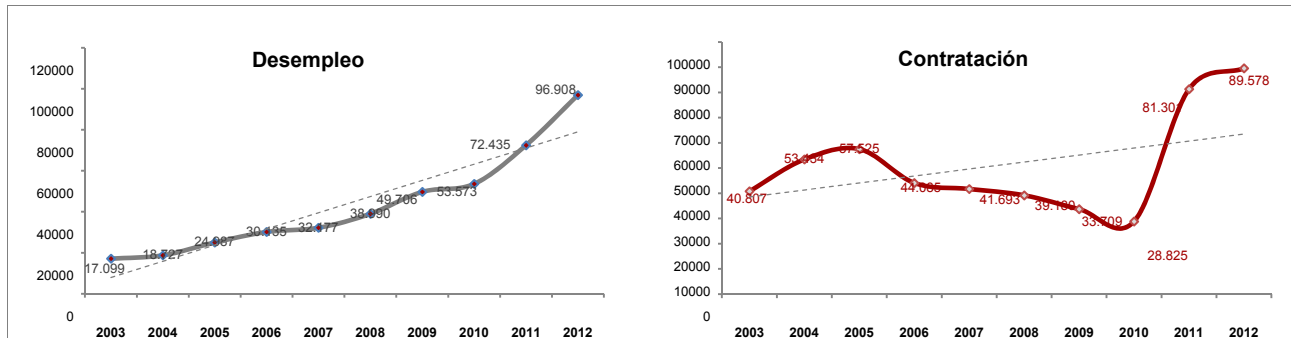
- El conocimiento de idiomas no es un requisito muy demandado en esta oferta de empleo, en el 72% de las ofertas no consta. Los idiomas solicitados han sido: catalán, castellano, inglés, francés, alemán, portugués y euskera. La mitad de las ofertas que exigen idioma, piden un nivel alto, bilingüe o nativo. Un buen número de empresas de telemarketing son de ámbito internacional.
- Los conocimientos de informática se solicitan expresamente en la mitad de las ofertas. Las que lo requieren demandan conocimientos de informática e Internet, unas, a nivel de usuario y otras, a nivel avanzado: conocimiento del paquete Office nivel medio alto. Ficheros ASNEF, RAI B Y BORME. Conocimientos de programación altos: PHP, ASP, HTML, CSS, JAVA SCRIPT, XML. Bases de datos, páginas Web, redes informáticas, entorno Google (gmail, google docs, calendar), sistema Android.

### Competencias personales

- En la mayoría de las ofertas, no se mencionan las competencias personales que se requiere al candidato, sin embargo, serán esos aspectos los que determinen que una persona sea seleccionada o no.
- Algunas de las competencias que aparecen en las ofertas son las siguientes en orden de mayor a menor número: **orientación al cliente**, capacidad de **comunicación**, orientación al **logro de resultados**, **capacidad de negociación**, **iniciativa y dinamismo**, **trabajo en equipo**, responsabilidad, perseverancia, planificación y organización, aprendizaje continuo, confianza en sí mismo, flexibilidad funcional, liderazgo, buena presencia, dicción clara.
- Otras hacen referencia a cualidades como: empatía y don de gentes, entusiasmo, dotes comerciales, capacidad de escucha, de persuasión, de trabajo bajo presión y de resistencia a la frustración.

## 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](#)



Nota: Como consecuencia de la nueva Clasificación Nacional de Ocupaciones de 2011 se ha producido una quiebra en la serie que representa la evolución de la contratación, ya que en los datos anteriores a 2011 no se contemplan los contratos de *Teleoperadores* y los de *Operadores de telemarketing*, ya que estaban incluidos en otras ocupaciones.

El gráfico de la izquierda muestra la evolución del número de personas diferentes que en algún momento de cada año estuvieron registradas como paradas en el grupo ocupacional de *Teleoperadores* y *Operadores de telemarketing* en los últimos diez años. El de la derecha representa el número de contratos acumulados a lo largo de cada año de la misma ocupación en el conjunto del territorio nacional. Esta ocupación sigue la tendencia general en el comportamiento del mercado de trabajo: aumento del

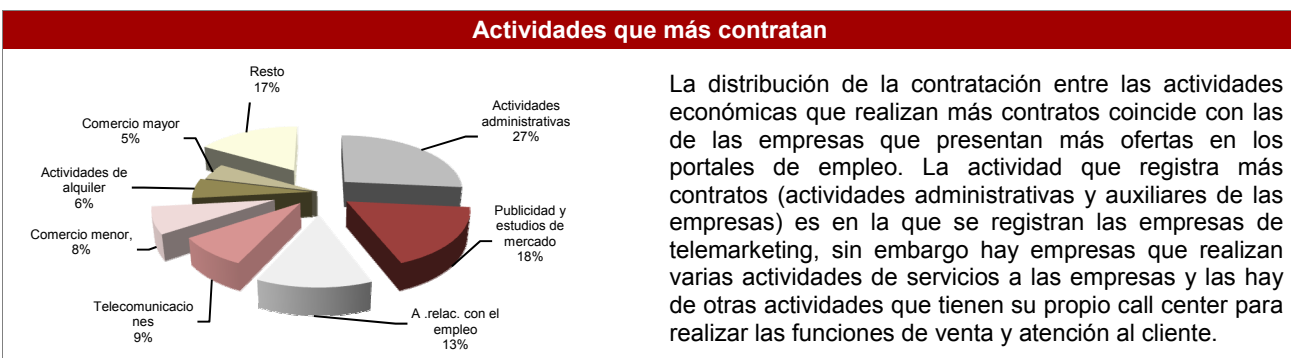
Desempleo y descenso de la contratación hasta el 2010, año a partir del cual aumenta el número de personas que estuvieron desempleadas en algún momento del año y el número de contratos, ello es debido al cambio de Clasificación Nacional de Ocupaciones, por lo que demandantes y contratos que antes aparecían registrados en otros grupos de ocupación, ahora se incluyen en los grupos objeto de estudio, por lo que los datos de los dos últimos años no son comparables con los anteriores.

Perfil de la persona desempleada	
Al final de diciembre de 2012, había <b>58.340 personas</b> inscritas, lo que supone un incremento del 43,23% respecto al mismo mes del año anterior.	
Hombres:	15,52%
Mujeres:	84,48%
Menores de 30 años:	27,71%
Mayores de 45 años:	26,93%
Parados de larga duración:	33,53%
Personas con discapacidad:	5,56%
Extranjeros:	9,45%
Primer empleo:	6,18%
Beneficiarios prestación:	41,05%

En la tabla de la izquierda, se recoge el perfil general de las personas inscritas como paradas en los grupos ocupacionales de *Teleoperadores* y *Operadores de telemarketing*. En éstos, se incluyen ocupaciones eminentemente femeninas. El porcentaje de jóvenes menores de 30 años que se inscriben en esta ocupación es siete puntos mayor que el de la media nacional. Sin embargo, los parados de larga duración están seis puntos por debajo de la media.

Perfil de la persona contratada	
A lo largo de 2012, se registraron <b>89.578 contratos</b> , lo que representa un incremento del 10,18% si lo comparamos con el año anterior.	
Hombres:	27,06%
Mujeres:	72,94%
Menores de 30 años:	41,29%
Mayores de 45 años:	10,82%
Parados de larga duración:	4,79%
Personas con discapacidad:	2,84%
Extranjeros:	9,56%
Indefinidos	7,65%
Temporales	92,35%

En la tabla de la derecha, se plasma el perfil de las personas contratadas en la ocupación objeto de estudio. Lo más destacable es la tasa de contratación femenina que se sitúa a más de veinticinco puntos por encima de la media estatal y la de jóvenes menores de 30 años, está seis puntos por encima. La tasa de estabilidad en la contratación es casi tres puntos más baja que la media nacional, sin embargo la rotación en el empleo también es inferior.

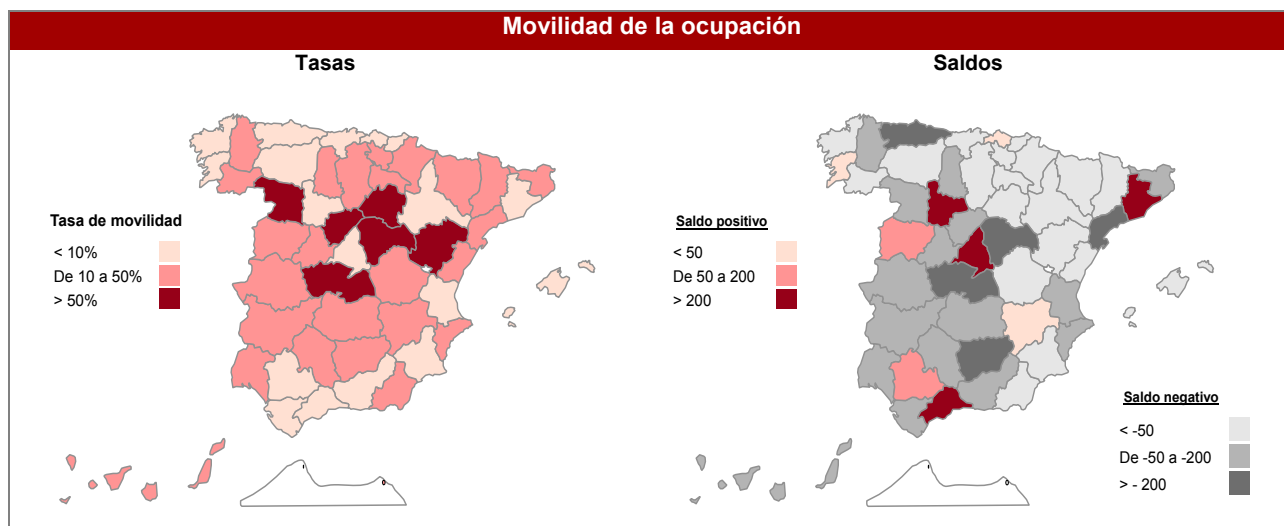


Distribución geográfica de la contratación y el desempleo *									
Geografía	Contratación		Desempleo		Geografía	Contratación		Desempleo	
	Total	% Variac.	Total	% Variac.		Total	% Variac.	Total	% Variac.
<b>España</b>	<b>89.578</b>	<b>10,18</b>	<b>58.340</b>	<b>43,23</b>	Com foral de Navarra	37	-51,32	124	10,71
Andalucía	15.657	17,05	9.062	40,41	Com Valenciana	3.275	2,34	3.908	48,82
Aragón	1.647	-24,21	1.451	31,19	Extremadura	612	-10,79	1.026	13,25
Canarias	1.371	-1,22	1.676	96,25	Galicia	5.842	26,61	3.097	43,38
Cantabria	2.339	-10,42	1.060	45,60	Illes Balears	1.839	7,23	542	38,27
Castilla y León	10.839	16,19	3.965	45,50	La Rioja	31	3,33	43	22,86
Castilla La Mancha	731	-15,00	2.816	68,02	Melilla	8	700,00	21	61,54
Cataluña	13.005	0,00	7.567	37,73	País Vasco	2.518	-1,06	1.715	36,11
Ceuta	0	0	18	50,00	Principado Asturias	2.594	38,64	865	50,00
C. de Madrid	26.707	15,62	18.468	43,37	Región de Murcia	517	-27,39	916	43,37

\* 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. No están incluidos 9 contratos que figuran en zona extranjera.

En la ocupación de *Teleoperadores y Operadores de telemarketing* la contratación aumentó en las comunidades de Andalucía, Castilla y León, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana, Galicia, Illes Balears, la Rioja, Melilla y el Principado de Asturias, descendiendo en el resto de comunidades. Sin embargo,

el aumento de la contratación no se vio reflejado en el descenso del desempleo en las mismas, ya que no siempre hay una correlación entre las dos variables; las causas del aumento del desempleo no son siempre evidentes: subempleo, movilidad, egresados, etc.



Los mapas anteriores muestran de forma visual las tasas de movilidad interprovincial (izquierda), un indicador de los contratos que entran y salen en una provincia, teniendo en cuenta que hay trabajadores que, estando domiciliados en una provincia, van a trabajar a otra. Las causas de la movilidad geográfica tampoco son evidentes, ya que el flujo se produce en ambas direcciones dentro de una misma provincia.

Las diferencias entre provincias se pueden ver en los saldos (mapa de la derecha). En las provincias que tienen saldo positivo (entran más de los que salen) y en las que tienen saldo negativo (salen más de los que entran).

Por otro lado, el flujo de entradas y salidas de trabajadores en el mercado de trabajo es uno de los mecanismos que mejor explican el comportamiento de una ocupación que pasa en distintos momentos por las situaciones de ocupados, desempleados e inactivos. Conocer los que están a punto de jubilarse, nos permitiría saber los que van a tener la posibilidad de entrar al mercado en esa ocupación, aunque en estos

momentos de recortes y de ERE, no se ven muchas posibilidades de relevo generacional.

Además de movilidad geográfica (movimiento de personas de unas provincias a otras) es interesante hablar de la movilidad ocupacional (movilidad de una persona de unas ocupaciones a otras). Este aspecto nos permite analizar y conocer las ocupaciones que son afines entre sí y la formación y experiencia que se necesita para cambiar de una a otra, cuando situaciones como la actual requieren especialización y polivalencia.

El hecho de que el 92% de los contratos sean, por obra o servicio, eventuales y de interinidad, favorece la rotación y la movilidad ocupacional, ya que al trabajar en una empresa, se conocen las oportunidades de empleo que puede ofrecer en el futuro.

En las empresas de telemarketing, es habitual contratar *Teleoperadores* que después de recibir formación en la empresa y acumular experiencia, ascienden a otros puestos de mayor nivel profesional y responsabilidad.

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

En este apartado, se relacionan, a título informativo, los grupos ocupacionales analizados, para determinar el perfil de la oferta. Hay que tener en cuenta que el grupo profesional estudiado es el que aparece en las ofertas que se presentan 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 clasificación nacional. Por último, se hace referencia a aspectos formativos tales como el número de personas que han finalizado estudios (egresados), la formación profesional reglada o para el empleo que acreditan estos profesionales, los Certificados de profesionalidad y los Másteres relacionados con la actividad.

Grupos que comprende:					
<b>4424 Teleoperadores</b>					
44241016 Teleoperadores					
<b>5420 Operadores de telemarketing</b>					
54201013 Vendedores por teléfono					
Funciones que desempeñan:					
<p>Los Teleoperadores suministran información y asesoran a los clientes, responden a preguntas relacionadas con los productos, servicios y políticas de la empresa o la organización y tramitan las transferencias financieras, por teléfono o medios electrónicos, como el correo electrónico. Operan exclusivamente por teléfono, no son accesibles directamente por los clientes y pueden estar localizados en establecimientos lejos de donde se realizan otras operaciones de las organizaciones o compañías sobre las que se suministra información.</p> <p>Los <i>Operadores de telemarketing</i> mantienen contactos con clientes o posibles clientes, usando el teléfono u otro medio de comunicación electrónico, para promover productos y servicios, hacer ventas y concertar visitas de venta. Pueden trabajar en un centro de llamadas telefónicas o en lugares no centralizados.</p>					
Aspectos formativos:					
<p>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.</p> <p>Es interesante destacar que, durante la última década según los indicadores de la OCDE 2012 en estos países, más de la mitad del crecimiento del PIB se atribuye al incremento de las rentas del trabajo de los individuos que tienen educación terciaria (universitaria) y las mayores tasas de desempleo se concentran en los niveles formativos más bajos.</p> <p>De los demandantes de empleo de estas ocupaciones que acreditan sus estudios, el 20% tienen graduado escolar o educación secundaria; el 25% han obtenido el título de bachiller; el 21% tienen formación profesional de grado medio de distintas especialidades; el 15% han cursado un grado superior de FP; de las especialidades cursadas solo algunas tienen alguna relación con el grupo profesional objeto de estudio como es el caso de los técnicos medios o superiores en marketing y publicidad, técnicos de servicios al consumidor, técnicos en gestión de ventas y espacios comerciales, técnicos en desarrollo de aplicaciones web, técnicos en administración de sistemas informáticos en red, técnicos en desarrollo de aplicaciones multiplataforma, técnicos en sistemas de telecomunicaciones e informáticos. El 7% tiene una diplomatura universitaria y el 8% acredita una licenciatura, doctorado o máster. El resto (3%) tiene estudios primarios o certificado de escolaridad. El nivel formativo de los demandantes de estas ocupaciones es muy alto como reconocen las propias empresas.</p>					
Formación	Nº de egresados por curso académico				Promedio
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	
Comercio y Marketing (FP grado medio)	3.611	3.392	3.416	3.435	<b>3.464</b>
Informática (FP grado medio)	3.415	3.966	4.498	5.530	<b>4.352</b>
Gestión comercial y marketing (FP grado superior)	2.488	2.466	2.494	2.061	<b>2.377</b>
Servicios al consumidor (FP grado superior)	109	98	80	993	<b>320</b>
Informática (FP grado superior)	6.606	5.767	6.011	6.112	<b>6.124</b>
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.					
<p>La nueva Formación Profesional permite hacer prácticas y trabajar en Europa, conocer el mundo de la empresa en otros países, conseguir titulaciones reconocidas a nivel europeo: <a href="http://www.educacion.es">www.educacion.es</a></p> <p>En las <i>Familias profesionales Administración y gestión (ADG), Comercio y marketing (COM) e Informática y comunicaciones (IFC)</i>, existen Certificados de profesionalidad relacionados con los grupos ocupacionales objeto de estudio, teniendo en cuenta los requisitos que piden las empresas y que, a veces, son comunes a otras ocupaciones</p>					