

## DISEÑADORES GRÁFICOS Y MULTIMEDIA

Esta ficha estudia el comportamiento de la oferta de empleo de los *Diseñadores gráficos y multimedia*, cuyo contenido se ha estructurado en tres partes: perfil de la oferta de empleo publicada en sitios web, indicadores laborales del grupo profesional y principales funciones y aspectos formativos.

### 1. Caracterización de la oferta de empleo

En este apartado se desarrollan los diferentes aspectos que caracterizan las ofertas en los distintos portales de Internet. Empezando por las condiciones laborales (tipo de contrato, jornada laboral y salario), la localización geográfica de la oferta, y terminando por el perfil requerido por los empleadores: competencias (específicas y personales), formación, experiencia, etc.

De la muestra de 162 ofertas recogidas, el 68% procede de portales de empleo privados, el 31% de los portales de los distintos servicios públicos de empleo, y un 1% proceden de las webs de las empresas.

La oferta se publicita con una gran variedad de nombres, entre ellos destaca por su mayor polivalencia, el de *Diseñador gráfico*. También se utilizan, los de *Diseñador gráfico y multimedia*, *Diseñador web*, *Diseñador gráfico y web*, debido al gran peso que tienen las nuevas tecnologías en el quehacer de estos profesionales. Además, otras denominaciones que aparecen, nos indican el área donde desarrollan su actividad. Por ejemplo, relacionado con el mundo

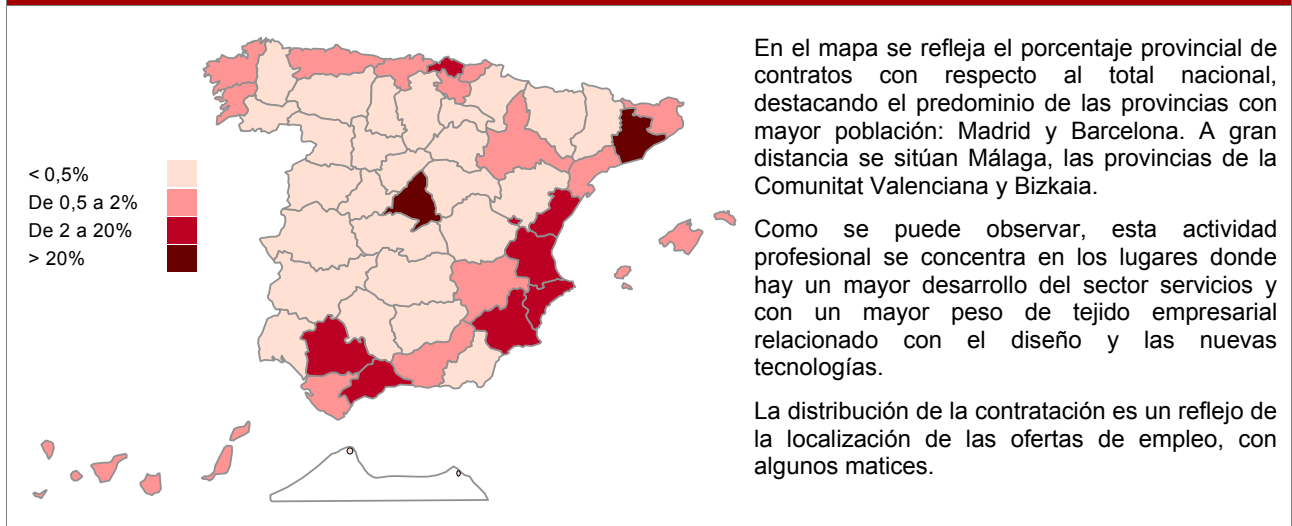
editorial estarían el *Diseñador gráfico/maquetador* y el *Diseñador ilustrador* y representando al diseño de comunicación, publicidad y propaganda se encontrarían el *Diseñador creativo*, *Diseñador y gestor publicitario*. En otros casos, se solicitan *Webmaster/Web designer*, demostrando la importancia del inglés en este sector.

Con respecto al nivel profesional, la mayoría de las ofertas no lo especifican y cuando lo hacen, es como técnicos (58%) y, en menor medida, como ayudantes (31%). Al tratarse de una ocupación con un grado alto de cualificación no existe prácticamente formación a cargo de la empresa y en el 90% de los casos, sólo se solicita un puesto por cada oferta.

#### Condiciones laborales

Tipo de contrato	
Temporal: 36%	En 1 de cada 4 ofertas estudiadas no consta el tipo de contrato que se ofrece. En aquellas en las que sí consta, el 10% propone una relación mercantil. Cuando se trata de contratos temporales, 1 de cada 5 promete continuidad en el tiempo.
Indefinido: 32%	
Jornada laboral	
Tiempo completo: 84%	Se refleja un claro predominio del trabajo a tiempo completo con respecto al tiempo parcial en aquellas ofertas donde se ha especificado este dato. En cuanto a la jornada, sólo consta en el 23% de los puestos, siendo mayoritaria la jornada partida, seguida de la de mañana. A gran distancia, estarían por igual la de tarde y la disponibilidad horaria.
Tiempo parcial: 16%	
Salario	
Rango medio: 9/33.000 €/año	En el 63% de las ofertas no se especifica el salario que se ofrece y cuando aparece se encuentra en el rango señalado en el 77% de los casos, apreciándose una dispersión muy significativa en el salario.

#### Localización



### Competencias específicas requeridas

- En la muestra estudiada, los empleadores requieren profesionales que tengan capacidad de **crear, diseñar y desarrollar** imágenes, contenidos visuales y/o audiovisuales.
- Debido a que los diseñadores realizan su trabajo en función de un encargo, teniendo en cuenta las necesidades del cliente y del usuario final al que va dirigido su diseño, cobra especial importancia las competencias relacionadas con la **atención al cliente**. Asimismo, es relevante saber manejar técnicas convencionales y técnicas gráficas digitales en medios impresos (libros, prensa escrita), digitales (webs corporativas, blogs, etc.) y audiovisuales (TV, cine, animaciones, etc).
- En el análisis de las ofertas podemos centrar las competencias más específicas en función de las áreas donde ejercen estos profesionales. Así, en el **diseño editorial** se requiere **maquetar** textos, revistas, libros, crear ilustraciones, diseñar carteles, folletos, dípticos, trípticos, flyers (cuartilla impresa), newsletter (boletín informativo), etc.
- Dentro del diseño de comunicación, se incluye el mundo de la **publicidad**, ámbito en continua expansión donde se solicita **crear diseños de fotomontaje y presentaciones comerciales dinámicas y estáticas**, campañas publicitarias y de marketing, definición y desarrollo de la línea creativa de catálogos, banners (formato publicitario en Internet), popups (ventana emergente), landing pages (páginas explicativas), displays (elementos publicitarios), etc.
- Otro ámbito muy importante para las empresas es la creación de la **identidad corporativa** que va desde la imagen, el logotipo de la empresa al diseño del envoltorio, paquete, envase que contiene el producto (packaging), además de elaborar un manual de identidad corporativa y un libro de estilo.
- También se buscan profesionales del diseño en el **campo de la educación** para elaborar material didáctico, instrucciones de uso, manuales de montaje, fichas educativas. Además, entre otras tareas pueden realizar el **diseño de instrumentos de mandos o diseño de interfaces** (pantallas de relojes digitales, cámaras digitales, teléfonos móviles, etc)
- Para la difusión de servicios y productos en nuevos mercados, los empleadores solicitan elaborar diseños para las aplicaciones de la empresa, prototipos, librerías de botones y de iconos, creación de sitios webs, implantar estrategias de palabras claves para posicionamiento natural en buscadores, todo ello para captar la atención del cliente en todos los formatos posibles.
- La **polivalencia** es la seña de identidad de las competencias de esta ocupación que abarca multitud de entornos de trabajo (analógico y digital), diversidad de medios (impresos, audiovisuales) y con novedosas herramientas a su alcance.

### Acerca de la persona

- En las ofertas analizadas no se muestra preferencia con respecto a la edad, y se omite en la mayoría de las ofertas. Lo mismo ocurre con los colectivos de interés para el empleo, de escasa presencia en la oferta dirigida a esta ocupación.
- Tampoco resulta relevante, al no hacer mención de ello, el lugar de residencia ni la disponibilidad a viajar. En la mayor parte de los casos, no se exige ni carné de conducir ni vehículo propio.
- Tener experiencia aumenta las posibilidades de empleo y se exige en el 86% de las ofertas. En una de cada cinco, no se especifica el tiempo, y cuando se hace, en la mitad de ellas, se requiere más de uno y/o dos años.

### Formación y experiencia

- La polivalencia a la que se aludía en las competencias específicas también se traslada a la formación de estos profesionales. El nivel formativo no es tan relevante puesto que se omite en el 41% de las ocasiones y si aparece, se prefieren trabajadores con formación profesional reglada, sobre todo en la familia de Artes gráficas y titulados universitarios, en determinadas titulaciones, entre las que destacan las relacionadas con publicidad, diseño, artes, ingeniería e informática.
- Los conocimientos específicos más valorados son: ilustración, artes gráficas, diseño publicitario, impresión digital, retoque fotográfico, edición de video, animación, maquetación para web y dispositivos móviles, la creación de apps, etc.

### Idiomas-Informática

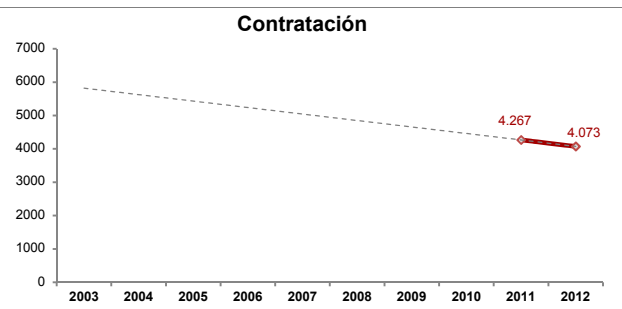
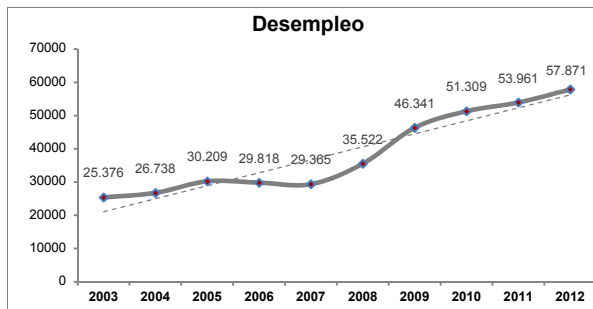
- El idioma es un requisito que se solicita en el 45% de las ofertas, siendo el inglés el idioma mayoritario (93%), debido principalmente al gran predominio de esta lengua en las nuevas tecnologías.
- Los conocimientos informáticos constituyen una herramienta fundamental en esta ocupación, entre ellos, podemos destacar: ADOBE PHOTOSHOP, ILLUSTRATOR, FLASH, ADOBE AFTER EFFECTS, DREAMWEAVER, FREEHAND, ADOBE INDESIGN, FIREWORKS, CINEMA 4D u otros programas de 3D, ACTIONSCRIPT 2 Y 3, HTML, PHP, ASP NET, CSS, JAVASCRIPT, JQUERY, etc.

### Competencias personales

- Cada vez más, los empleadores dan más importancia a las actitudes y a las competencias personales en los procesos de selección.
- En la mayoría de los casos, se busca personas que posean una gran **creatividad** para sus diseños, con mucha **iniciativa y dinamismo**, teniendo en cuenta la orientación al cliente. Se valora que sea responsable, con habilidades para trabajar en equipo, con grandes dotes para saber expresar, comunicar y transmitir información, con disposición para adaptarse a las nuevas herramientas y a los cambios que van surgiendo.

## 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](#)



Los dos gráficos anteriores muestran, la evolución, en los últimos 10 años, del número anual de personas diferentes que en algún momento del año estuvieron registradas como paradas y el número de contratos acumulados a lo largo del año, en ambos casos para los *Diseñadores gráficos y multimedia* en el conjunto del territorio nacional. La profesión no es ajena al comportamiento general del mercado de trabajo: incremento del desempleo y disminución de la contratación. Como consecuencia de la nueva Clasificación Nacional de Ocupaciones de 2011 (CNO-11) los datos anteriores a esta fecha han de tomarse con precaución, ya que se han enlazado los de desempleo pero no los de contratación.

La relación entre todos los desempleados distintos (57.871) que han pasado por los registros a lo largo del año y el promedio anual (31.923) del remanente al final de cada mes es de 1,81 x 1. Por un lado un caudal de entrada/salida elevado y por otro, una acumulación de desempleados de larga duración en aumento.

El número de desempleados de esta ocupación ha tenido una evolución negativa, con un incremento continuado desde 2003. No obstante, entre los años 2005 y 2007, previos a la crisis, se mantuvo prácticamente el mismo número de parados y a partir de 2008 es cuando se produce un crecimiento importante del paro en esta ocupación.

### Perfil de la persona desempleada

Al cierre de diciembre de 2012 había **32.979 personas** inscritas, esto supone un incremento del 16,68% respecto al mismo mes del año anterior.

Hombres:	55,96%
Mujeres:	44,04%
Menores de 30 años:	23,46%
Mayores de 45 años:	20,09%
Parados de larga duración:	35,71%
Personas con discapacidad:	3,44%
Extranjeros:	5,69%
Primer empleo:	4,95%
Beneficiarios prestación:	45,29%

### Perfil de la persona contratada

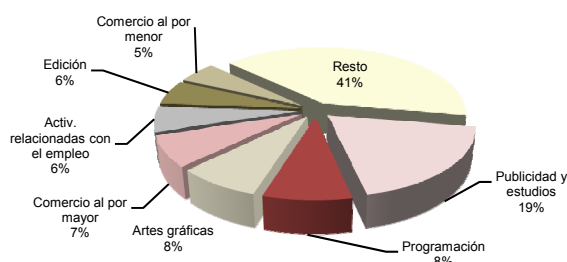
A lo largo de 2012 se registraron **4.073 contratos**, lo que representa un decrecimiento del 4,55% si lo comparamos con el año anterior.

Hombres:	54,95%
Mujeres:	45,05%
Menores de 30 años:	45,10%
Mayores de 45 años:	4,91%
Parados de larga duración:	4,10%
Personas con discapacidad:	0,88%
Extranjeros:	7,37%
Indefinidos	29,34%
Temporales	70,66%

En las dos tablas anteriores se recogen el perfil de la persona inscrita como desempleada y el de la contratada, en esta ocupación. Como se puede observar, los datos de desempleo y contratos están equiparados por sexos, aunque el colectivo masculino está ligeramente por encima en las dos variables. Con respecto a los jóvenes menores de 30 años la situación es mejor que en otras ocupaciones, pues en un 45% de

los contratos registrados se realizan a menores de 30 años. El resto de colectivos representados tampoco tiene una presencia destacable. El porcentaje de beneficiarios de prestaciones por desempleo está por debajo del promedio general, mientras que la tasa de contratación indefinida está por encima, al igual que ocurre con la tasa de rotación.

### Actividades que más contratan



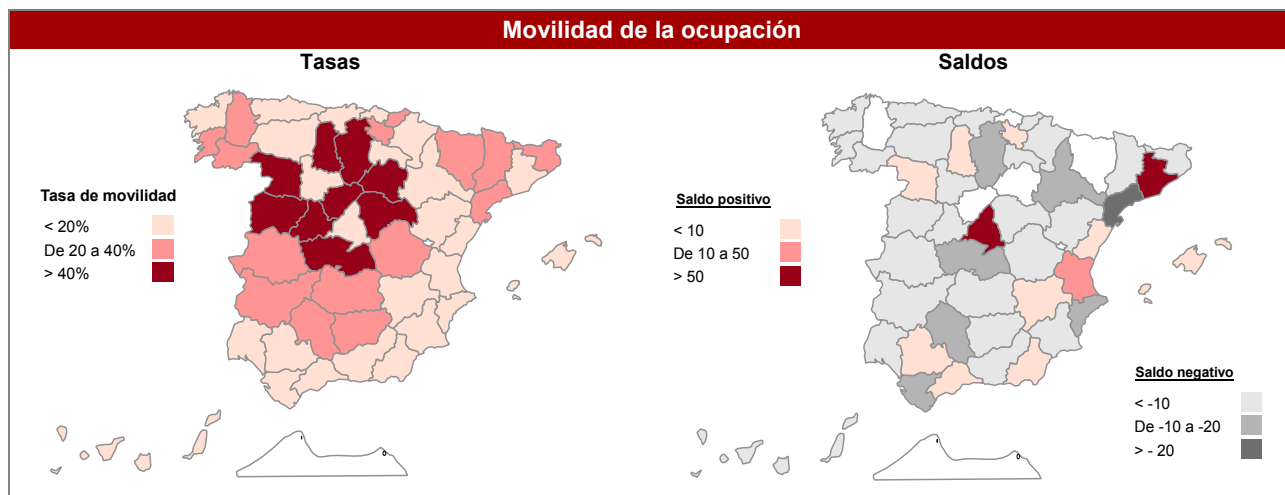
El sector Servicios es el predominante en la contratación de estos profesionales, lo que se refleja tanto en los registros de contratos como en la oferta analizada. Destaca como actividad la publicidad, aproximadamente uno de cada cinco contratos, las demás actividades tienen un peso muy similar: Informática, Artes gráficas, Comercio, Edición. El resto de actividades muestra una gran dispersión y tienen muy poco peso.

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>4.073</b>	<b>-4,55</b>	<b>32.977</b>	<b>16,67</b>	C. F. de Navarra	24	-29,41	720	21,62
Andalucía	405	-9,60	5.733	19,54	C. Valenciana	659	21,14	327	29,25
Aragón	64	-16,88	728	11,49	Extremadura	22	-29,03	1.651	24,23
Canarias	89	-43,67	759	14,83	Galicia	138	2,22	198	18,56
Cantabria	26	4,00	604	1,85	I. Balears	81	30,65	21	75,00
Castilla y León	70	-20,45	1.531	9,12	La Rioja	17	-5,56	69	64,29
Castilla La Mancha	84	0,00	434	25,43	Melilla	7	600,00	720	21,62
Cataluña	1.036	-18,38	1.205	25,13	País Vasco	238	6,25	327	29,25
Ceuta	1		1.412	26,07	P. de Asturias	74	-20,43	1.651	24,23
C. de Madrid	919	1,89	4.739	13,29	R. de Murcia	119	58,67	198	18,56

\* 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.

La contratación de *Diseñadores gráficos y multimedia* se ha incrementado en siete comunidades autónomas con respecto a 2011, sobre todo en Melilla, Murcia, I Balears y Comunitat Valenciana. En el resto de las comunidades autónomas no existe variación, o disminuye de forma generalizada, especialmente en Canarias, Extremadura, Castilla y León y Asturias.

Esto se refleja directamente en el incremento del desempleo, que ha sido generalizado en todo el territorio nacional, destacando, además de en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, Navarra, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cantabria, el País Vasco, la Comunidad de Madrid y Murcia.



El factor flujo, referido a las entradas y salidas del mercado de trabajo, es uno de los mecanismos que mejor explican el comportamiento de una ocupación. En ello influye el tránsito entre las situaciones de empleo, desempleo e inactivos, la movilidad geográfica y ocupacional de los trabajadores, etc.

La movilidad geográfica interna en esta ocupación no es muy elevada. De hecho, tal como refleja el mapa, únicamente en las provincias limítrofes con Madrid, además de Soria, Salamanca, Zamora, Palencia y Burgos la tasa de movilidad es superior al 40%, siendo la zona interior y alrededor de Madrid donde se concentran las mayores tasas de movilidad. Con respecto al saldo de entrada de trabajadores, en el mapa se aprecia que Madrid es la provincia con mayor entrada de trabajadores en esta ocupación, seguida de Barcelona y Valencia. En sentido opuesto se encontraría Tarragona, donde hay una mayor salida de este perfil de trabajadores, probablemente por su proximidad a Barcelona, donde se localizan más puestos de trabajo de esta ocupación.

Es destacable la escasa disponibilidad, bien sea por motivos familiares, socioeconómicos o de cualquier índole, que muestran los desempleados inscritos en las

oficinas de los servicios públicos, para trabajar en ámbitos geográficos más allá de su provincia de residencia, lo que puede incidir en sus posibilidades de inserción en el mercado laboral.

Otro aspecto a tener en cuenta, sería la duración inicial de los contratos, factor que condiciona el índice de rotación. En este caso, aproximadamente la tercera parte de estos es de duración indeterminada y tres de cada diez son contratos entre tres y seis meses. Es destacable que un tercio son contratos indefinidos y conversiones a indefinidos, aunque el más utilizado es el eventual por circunstancias de la producción, llegando a la tercera parte de todos los contratos de esta ocupación.

Las personas que se incorporan a este flujo de entrada y salida son parados y seis de cada diez tienen una antigüedad inferior a un año y un 45% de los parados de este perfil son perceptores de prestaciones por desempleo.

La intermediación de los servicios públicos de empleo es muy baja, en torno al 8% de toda la contratación materializada. Las empresas de trabajo temporal participan, mediante la puesta a disposición en el 1% de la contratación de estos profesionales.

### 3. Grupos ocupacionales, principales funciones y aspectos formativos

En este apartado se reflejan las ocupaciones que se incluyen en el grupo ocupacional estudiado en este perfil, en este caso coincide que solamente es una ocupación. El estudio de dicho perfil se ha basado en las ofertas de los portales de empleo de Internet en relación con estos profesionales, en muchas de ellas las denominaciones de la ocupación coinciden con las de la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-11). También se describen las funciones que desempeñan los Diseñadores gráficos y multimedia, 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 (egresados) en los últimos años de la formación profesional reglada o para el empleo que acreditan estos profesionales (a modo de ejemplo), y en su caso, los Certificados de profesionalidad y las titulaciones universitarias relacionadas con esta ocupación.

#### Grupos que comprende:

##### 2484 Diseñadores gráficos y multimedia

24841012 Diseñadores gráficos

#### Funciones que desempeñan:

Los *Diseñadores gráficos y multimedia* diseñan contenidos visuales y audiovisuales para la comunicación de la información utilizando medios impresos, cinematográficos, electrónicos, digitales y otros audiovisuales. Crean gráficos, efectos especiales, animaciones y otras imágenes visuales para su uso en juegos de ordenador, películas, videos musicales, medios impresos y anuncios publicitarios.

#### 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 3, 4 y 5.

Con respecto a las necesidades formativas en esta ocupación, se ha puesto de manifiesto en apartados anteriores, la polivalencia de estos profesionales, puesto que es una ocupación en la que el sector da más importancia a las competencias específicas y conocimientos informáticos que a la formación de base de la que parten dichos profesionales.

Existe una gran diversidad de procedencia de niveles formativos, tal como se refleja en las ofertas estudiadas; casi en 3 de cada 10 prefieren Formación Profesional Reglada, sobre todo en la familia de Artes gráficas y aproximadamente 2 de cada 10, requieren titulaciones universitarias, destacando las relacionadas con Publicidad, Diseño, Artes, Ingeniería, Informática, tal como se ha apuntado en epígrafes anteriores.

A modo exclusivamente orientativo, en el siguiente cuadro se reflejan el nº de estudiantes que han terminado los ciclos formativos de grado medio y superior de formación profesional reglada de la familia de Artes gráficas.

Formación	Nº de egresados por curso académico				Promedio
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	
Artes Gráficas (FP grado medio)	752	732	812	795	773
Artes Gráficas (FP grado superior)	580	517	503	577	544

Fuente: Instituto nacional de Estadística (INE)

Si alguien quiere elegir el *Diseño gráfico y multimedia* como su profesión, puede partir desde:

- Formación profesional reglada, <http://www.todofp.es/>
- Certificado de profesionalidad, Diseño de productos gráficos (RD 1228/2006, de 27 de octubre) [http://www.sepe.es/contenido/empleo\\_formacion/formacion/certificados\\_de\\_profesionalidad/pdf/especialidades/ARGG0110.pdf](http://www.sepe.es/contenido/empleo_formacion/formacion/certificados_de_profesionalidad/pdf/especialidades/ARGG0110.pdf)
- Titulación universitaria (diplomatura, licenciatura, grado, máster) <http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/educacion-superior-universitaria/que-estudiar-donde.html>