

JEFES DE SECCIÓN DE TIENDAS Y ALMACENES

En esta ficha se analiza el perfil de la oferta de empleo, así como otros aspectos laborales y formativos del grupo ocupacional *Jefes de sección de tiendas y almacenes*. Su contenido se ha estructurado en tres apartados: perfil de la oferta de empleo publicada, indicadores laborales y otras referencias de interés.

CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE EMPLEO

En esta sección se desarrollan los distintos aspectos que conforman los puestos de trabajo ofertados: las condiciones laborales propuestas por el empleador, localización geográfica, competencias específicas del puesto ofertado, formación, experiencia, competencias y habilidades del candidato.

De la muestra de 142 ofertas recogidas, el 91 % proceden de portales de empleo privados, el 7 % de los servicios públicos de empleo y el 2 % de las webs de las propias empresas que directamente publicitan sus ofertas de empleo.

La denominación del puesto de trabajo es muy diversa en las ofertas analizadas, incluso única para cada oferta. No obstante, a modo de resumen, se pueden agrupar principalmente en Responsable de tienda, Encargado/a de tienda, Director/a de tienda y Store manager, seguido de la localidad, el nombre del comercio o el producto que vende el establecimiento.

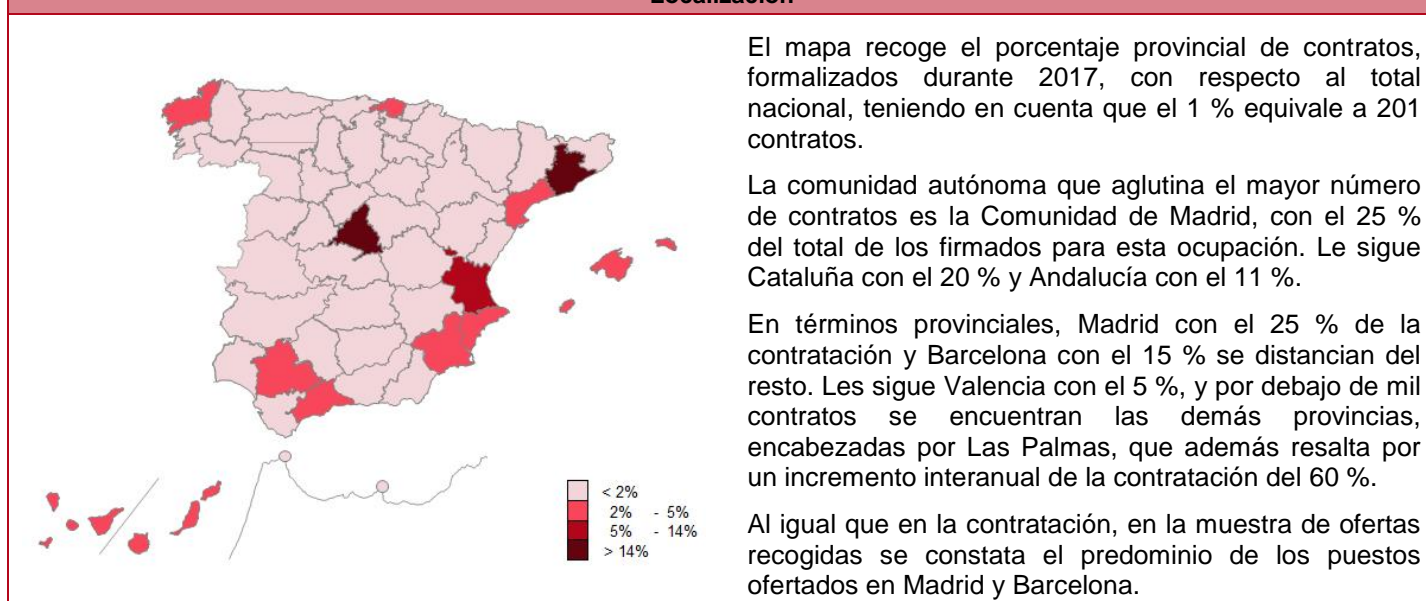
En cuanto a la categoría o nivel profesional, el 77 % de las ofertas señalan mandos intermedios-encargados de instalaciones y el 14 % jefes de equipo.

Condiciones laborales

Tipo de contrato	
Temporal: 22 %	En el 62 % de las ofertas recogidas se especifica el tipo de contrato, en la proporción señalada a la izquierda, mientras que en el 38 % de las ofertas analizadas no consta este dato. El contrato de tipo mercantil no se ha ofrecido en ninguna de las ofertas estudiadas. Por otra parte, un 42 % de las ofertas que proponen un contrato temporal, incluyen la posibilidad de continuar en la empresa.
Indefinido: 40 %	
Jornada laboral	
Tiempo completo: 94 %	El trabajo ofertado es mayoritariamente a tiempo completo y sobre la distribución de la jornada, aproximadamente la mitad de las ofertas la indican, destacando la disponibilidad horaria y la jornada partida como las más solicitadas.
Tiempo parcial: 6 %	

Fuente: Elaboración propia, análisis muestra.

Localización



Fuente: Elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE a través de datos SISPE. Total año 2017.

Competencias específicas requeridas

En las ofertas de trabajo analizadas observamos que son muchas las competencias requeridas y pueden agruparse en tres campos:

- **Gestión de equipos:** dentro de este ámbito las competencias exigidas, principalmente, son motivar, dinamizar, formar, asesorar y prestar asistencia a sus equipos. En ocasiones se les requiere para seleccionar y contratar al personal. Por último, han de gestionar horarios, vacaciones, bajas por incapacidad, etc.
- **Gestión económica y administrativa:** efectuar el control de caja, llevar la contabilidad y seguimiento de las ventas. Controlar el inventario y los albaranes. Controlar y gestionar los stocks asegurando la reposición continua de los productos. Gestionar el servicio de atención al cliente (custome service).

- **Gestión comercial:** encargarse del visual merchandising y el escaparatismo, de transmitir la imagen de marca de la tienda y del facing. El candidato deberá asegurarse del correcto cumplimiento de las políticas de KPI (key performance indicator) o control de indicadores de gestión. Realizar informes sobre rendimiento en tienda. También se le atribuyen funciones de marketing y merchandising. Por último, se pide fidelizar al cliente y garantizar la calidad.

Algunas ofertas analizadas requerían potenciar y promover la plataforma de venta online a través de Magento y control de los indicadores SEO y SEM.

Además, en algunos casos se ha exigido conocer el manejo de las redes sociales.

Formación y experiencia

- El nivel formativo no se ha exigido en un tercio de las ofertas analizadas. En el resto, seis de cada diez ofertas se dirigían a profesionales con un nivel igual o superior a formación profesional o bachillerato, a un tercio de los cuales se le exigía titulación universitaria.
- Otros conocimientos exigibles localizados en varias de las ofertas estudiadas son: comercio y marketing, escaparatismo, imagen personal, formación en administración y dirección de empresas y recursos humanos, comunicación, e-commerce y manejo de tienda online y redes sociales, conocimiento de KPI y visual merchandising, supply chain, técnicas en gestión de almacén y gestión de stock.
- El idioma es un requisito requerido en el 44 % de las ofertas. El más solicitado es inglés, en la mayoría de los casos a nivel alto. Le siguen con menor incidencia francés, castellano, catalán y alemán.

- Conocimientos ofimáticos se han pedido en el 22 % de las ofertas y prácticamente por igual a nivel usuario y avanzado: e-commerce (Magento), dominio paquete office, PDA, programas de retoques fotográficos, programas relacionados con la gestión de tiendas, sistema de gestión de almacén (SGA) y picking.
- Se solicita experiencia previa en el 94 % de las ofertas analizadas. La mayoría piden haber trabajado un mínimo de dos o tres años en un puesto similar.
- Otros requisitos demandados por los ofertantes son: disponibilidad inmediata, movilidad geográfica, experiencia en venta online, experiencia demostrable en dirección de equipos, experiencia trabajando con KPI, interés y conocimientos sobre el producto que se ha de vender, sobre todo moda, experiencia en visual merchandising y por último, en prevención de riesgos laborales.

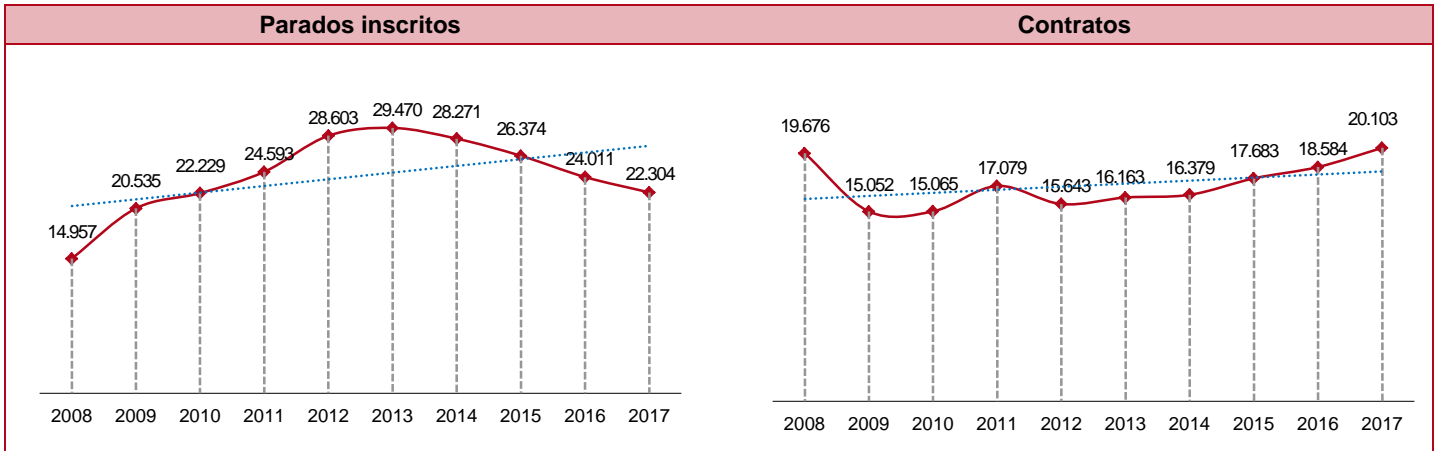
Acerca del candidato

- La edad del candidato no se menciona en el 99 % de las ofertas y solo se especifica cuando la edad requerida para el puesto es menor de 30 años.
- Respecto al lugar de domicilio de los posibles candidatos, en tres de cada diez ofertas aparece esta exigencia, y se expresa como residencia en la zona.
- En muy pocos casos se solicita que el candidato sea de un colectivo de interés para el empleo, concretamente solo un 2 % de las ofertas analizadas indicaron el colectivo de personas con discapacidad.
- Solamente una oferta de cada diez indica disponibilidad para viajar o disponibilidad de vehículo propio. Un 6 % de las ofertas requieren carnet de conducir de automóvil.

- Las competencias personales solicitadas en las ofertas con más frecuencia son las siguientes: orientación al logro o a resultados, iniciativa y dinamismo, orientación al cliente, liderazgo, talento organizativo, trabajo en equipo, proactividad, habilidades de comunicación, responsabilidad, buena presencia y capacidad de planificación.
- La pasión es la llave para conseguir el empleo. Las empresas buscan personas apasionadas por el producto del establecimiento ya sea la moda, el deporte o el bricolaje. Ser alegre, positivo, motivado y con vocación comercial, junto al liderazgo y el compromiso, son las cualidades más apreciadas por las empresas que necesitan profesionales de esta ocupación.

PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este apartado se analiza, mediante una serie de indicadores y datos procedentes en su mayoría de fuentes registrales, el comportamiento y dinámica laboral del Grupo ocupacional en estudio. Además, se puede consultar la información actualizada en la página web del Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal en [Información mensual/anual del Mercado de Trabajo por ocupación](#).



Fuente: Elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE a través de datos SISPE. Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos del total del año.

Los gráficos anteriores muestran para el total nacional, el primero, la evolución del número de personas clasificadas como paradas que solicitan empleo en esta ocupación (cada una de ellas puede solicitar hasta seis ocupaciones distintas) y el segundo, el acumulado anual de contratos en dicha ocupación.

Como consecuencia de la implantación de la Clasificación Nacional de Ocupaciones en 2011, la comparación con datos anteriores a esta fecha ha de tomarse con precaución, sobre todo en contratos donde

no se han podido enlazar los datos. En los últimos cinco años el paro registrado ha descendido un 24,32 % si bien no se alcanzan todavía los valores anteriores a la crisis. La contratación, en el mismo periodo, se ha incrementado un 24,38 %, cifra más alta de los últimos 10 años.

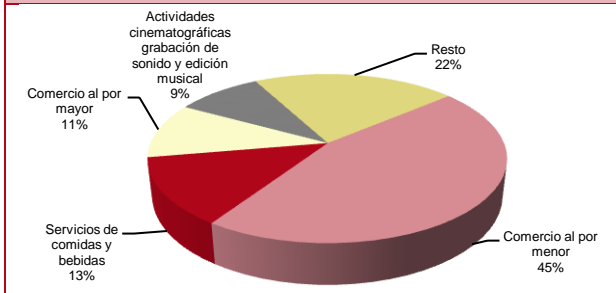
En 2017, la ocupación presenta un índice de rotación (número de contratos por persona y año) de 1,27. Este valor es inferior al índice del total de ocupaciones que es de 2,88.

Perfil de la persona parada	
Al cierre de diciembre de 2017 había 22.304 personas inscritas, un 7,11 % menos que el año anterior.	
Hombres:	33,48 %
Mujeres:	66,52 %
Menores de 30 años:	4,52 %
Mayores de 45 años:	57,29 %
Parados de larga duración:	45,15 %
Personas con discapacidad:	2,30 %
Extranjeros:	4,70 %
Primer empleo:	1,71 %

Perfil de la persona contratada	
A lo largo de 2017 se registraron 20.103 contratos, es decir, un 8,17 % más que el año anterior.	
Hombres:	54,86 %
Mujeres:	45,14 %
Menores de 30 años:	33,23 %
Mayores de 45 años:	21,46 %
Parados de larga duración:	2,30 %
Personas con discapacidad:	0,74 %
Extranjeros:	8,64 %
Indefinidos:	44,71 %
Temporales:	55,29 %

Fuente: Elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE a través de datos SISPE. Parados inscritos a 31 de diciembre de 2017 y contratos del total del año 2017.

Actividades económicas más contratantes



En el reparto de la contratación por actividades económicas más contratantes, la mayoría de los contratos celebrados por los Jefes de sección en tienda y almacenes tuvieron lugar en el ámbito de comercio incluyendo los encargados en salas de cine a cargo de esa sección. También se contrataron estos profesionales en el ámbito de la hostelería como encargados de economato y bodega.

Fuente: Elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE a través de datos SISPE. Total año 2017.

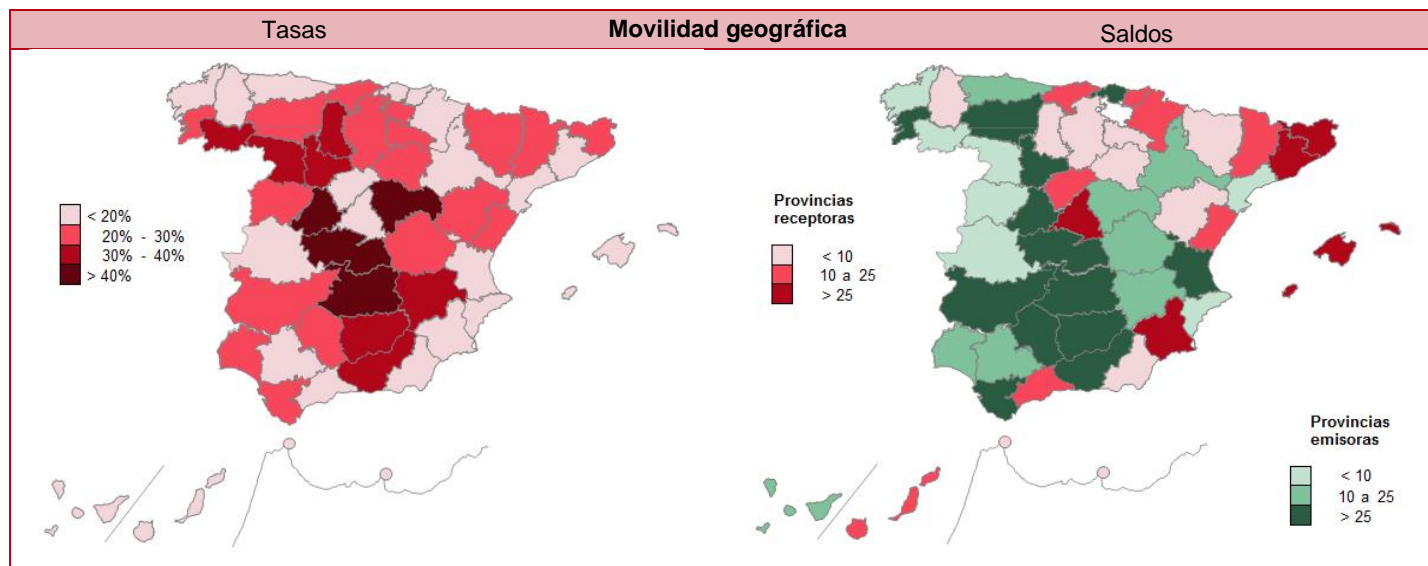
Distribución geográfica de los contratos y de los parados inscritos									
Geografía	Contratos		Parados inscritos		Geografía	Contratos		Parados inscritos	
	Total	% Variac.	Total	% Variac.		Total	% Variac.	Total	% Variac.
España	20.103	8,17	22.304	-7,11	C. Valenciana	1.976	9,66	3.004	-7,54
Andalucía	2.214	3,51	3.779	-6,09	Extremadura	237	28,11	328	-2,09
Aragón	364	16,29	588	-9,68	Galicia	854	2,28	1.197	-7,64
Asturias, P. de	277	48,13	447	-6,09	Madrid, C. de	5.059	-0,67	3.362	-9,77
Balears, Illes	648	3,51	483	-3,21	Murcia, R. de	464	16,58	544	-10,53
Canarias	1.423	46,25	1.750	-2,99	Navarra, C. F. de	236	43,03	211	-14,57
Cantabria	240	0,42	241	-6,59	País Vasco	721	-2,17	795	-0,13
Castilla y León	849	10,98	935	-8,33	Rioja, La	94	-1,05	85	-5,56
Castilla-La Mancha	431	7,21	877	-6,00	Ceuta	34	61,90	28	-28,21
Cataluña	3.952	10,36	3.627	-7,78	Melilla	27	35,00	23	-14,81

Fuente: Elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE a través de datos SISPE.

Nota: Los contratos se refieren al acumulado a lo largo de 2017 y su variación es con respecto a 2016. Los parados inscritos se refieren a 31 de diciembre de 2017 y su variación es con respecto a 31 de diciembre de 2016. En el total de contratos están incluidos 3 que figuran en zona extranjera.

La contratación se incrementó en el año 2017 prácticamente en todas las comunidades autónomas y apenas sufrió un pequeño descenso en la Comunidad de Madrid, País Vasco y La Rioja.

A su vez, el desempleo tuvo un buen comportamiento con una disminución en el total nacional y en cada una de las comunidades autónomas.



Fuente: Elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE a través de datos SISPE. 2017.

La movilidad geográfica provincial se produce cuando no coincide la provincia del domicilio del trabajador y la del centro de trabajo en el que desarrolla su actividad. La tasa de movilidad es la proporción de contratos que implican movilidad, bien sea de entrada o salida, sobre el total de contratos de la provincia. Mientras que el saldo es la diferencia entre el número de contratos que se realizan a los trabajadores que entran a una provincia y el número de contratos que se realiza a los que salen, el signo positivo o negativo de este saldo define a una provincia como emisora o receptora.

Como se puede observar en los mapas se trata de un perfil ocupacional con una importante tasa de movilidad en las provincias de Ávila, Guadalajara, Toledo y Ciudad Real. Respecto al saldo, las provincias con un saldo más positivo o receptoras de trabajadores son las de Madrid, Barcelona, Illes Balears, Girona y Murcia.

Otros datos de interés:

El tipo de contrato más empleado en el año 2017 fue el de Eventual por circunstancias de la producción, con un 38 % sobre el total, seguido del Indefinido ordinario con un 35 %. Cada una del resto de modalidades se utilizó por debajo de un 10 %.

El 73 % de los contratos se realizó a jornada completa, el 26 % a tiempo parcial y el 1 % fijo discontinua.

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 que no siempre coincide con las denominaciones de la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-11).

También se detallan 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 estos estudios (egresados) en los últimos años, estudios de máster, certificados de profesionalidad, etc.

Grupos y ocupaciones que comprende**5210 Jefes de sección de tiendas y almacenes:**

- 52101012 Encargados de economato y bodega (Hostelería).
- 52101023 Encargados de planta y/o sección de comercio.
- 52101034 Encargados de tienda.

Funciones que desempeñan

Los jefes de sección de tiendas y almacenes supervisan y coordinan las actividades de los dependientes, operadores de caja y demás empleados de establecimientos de venta al por mayor y al por menor como supermercados y grandes almacenes. Las tareas que desempeñan pueden consultarse en el enlace [“Notas Explicativas de la CNO-11”](#) del Instituto Nacional de Estadística.

Aspectos formativos

Finalizaron estudios de Comercio y Marketing durante los últimos años, tanto procedentes de centros públicos como privados, los relacionados en el cuadro siguiente:

Nº de egresados por curso académico			
Formación Profesional Reglada	2013-14	2014-15	2015-16
PCPI-CFFP Básica Comercio y marketing	1.343	203	667
CFGM Actividades comerciales	4.736	5.052	4.501
CFGS Comercio internacional	1.685	1.963	1.890
CFGS Gestión de ventas y espacios comerciales	3.624	3.757	2.598
CFGS Marketing y publicidad	157	260	477
CFGS Logística y transporte	736	707	778
CFGS Servicios al consumidor (LOGSE)	124	127	132
Estudios Universitarios	2013-14	2014-15	2015-16
Grado Marketing y publicidad	4.014	3.733	3.735
Máster Marketing y publicidad	794	1.028	1.060
Máster Ventas al por mayor y al por menor	-	-	125
Máster Negocios y administración	-	-	65

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (Titulación CF LOE y su equivalencia en la LOGSE, y titulación universitaria según CNED-F-2014 y su equivalencia en CNED-F-2000).

Además, existen diversos [Certificados de Profesionalidad](#) relacionados con esta ocupación de la familia Comercio y Marketing, destacando los siguientes:

Certificado de profesionalidad
COML0309 Organización y gestión de almacenes (RD 642/2011)
COMP0108 Implantación y animación de espacios comerciales (RD 1377/2008)
COMT0110 Atención al cliente, consumidor o usuario (RD 1522/2011)
COMT0411 Gestión comercial de ventas (RD 1694/2011)

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

En el [Informe de prospección y detección de necesidades formativas 2017](#) del Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, se recogen para esta ocupación las siguientes necesidades formativas en *competencias técnico profesionales*: planificación de la producción, conocimientos de alérgenos e intolerancias alimentarias, dietética y nutrición, técnicas de venta, venta on line, escaparatismo, control del stock, gestión y supervisión de productos frescos, atención al cliente, gestión de quejas y reclamaciones, gestión comercial, gestión de equipos humanos, nuevas tecnologías, implantación de venta on line, plataformas de cobro.