

PERFILES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS



1. EL MERCADO LABORAL DEL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS EN GALICIA	3
2. PROSPECTIVA DEL MERCADO LABORAL EN EL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS	5
3. EVOLUCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO EN EL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS	9
4. DIAGRAMA DE EMPRESA.....	17
5. MATRIZ DE COMPETENCIAS, PUESTOS Y PROCESOS	18

1. EL MERCADO LABORAL DEL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS EN GALICIA

La economía creativa se encuentra en la interfaz entre la economía, la cultura, la tecnología y los aspectos sociales. La creatividad es uno de sus principales componentes, pues el sector gira en torno a la producción de contenidos novedosos, relevantes y de valor cultural que se alineen con las demandas del mercado (UNITAR, 2018).

En este contexto, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés), la economía creativa comprende seis actividades de ámbito cultural: patrimonio natural y cultural; artes visuales y manualidades; libros y prensa; medios audiovisuales e interactivos y diseño y servicios creativos; y dos dominios relacionados: el turismo y los deportes y la recreación, como se recoge en el siguiente gráfico o marco de referencia de las industrias culturales y creativas elaborado por la UNESCO:



Fuente: UNESCO

De acuerdo con la UNESCO, las industrias culturales y creativas son “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”.

En Galicia, el sistema productivo vinculado al sector industrias creativas registra **4.479 empresas**. Con el objetivo de identificar las empresas que realizan actividades dentro del sector Industrias Creativas se han tenido en cuenta las empresas inscritas en los siguientes CNAE:

Nº. Empresas por CNAE 2020

181 Artes gráficas y servicios relacionados con las mismas	670
182 Reproducción de soportes grabados	49
581 Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	314
582 Edición de programas informáticos	158
591 Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión	296

592 Actividades de grabación de sonido y edición musical	15
601 Actividades de radiodifusión	36
602 Actividades de programación y emisión de televisión	30
741 Actividades de diseño especializado	169
742 Actividades de fotografía	790
743 Actividades de traducción e interpretación	453
749 Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.o.p.	1.499
Total	4.479

Tabla. Número de empresas registradas según CNAE del sector Industrias Creativas.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

El número de empresas registradas de este sector ha aumentado un 119% en los últimos 5 años, en gran parte debido a las actividades de grabación de sonido y edición musical y edición de programas informáticos.

De acuerdo con los datos del INE, del total de empresas del sector en Galicia, los tres que mayor representación tienen son con el 33,4% el subsector de otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.o.p, con el 17% las actividades de fotografía y con el 14% las artes gráficas y servicios relacionados con las mismas.

Atendiendo a la actividad económica que desarrollan las empresas en Galicia, el subsector más importante es el de “Actividades de creación, artísticas y de espectáculos”

El sector de las industrias creativas presenta una cadena de valor muy amplia, debido a su carácter heterogéneo, y se compone de las siguientes fases:

- Creación, en muchas ocasiones de contenidos, ya sea musical, audiovisual o desarrollo de aplicaciones
- Producción o manufactura, fase en la que las empresas son mayoritariamente editores, traductores, diseñadores, ilustradores, fotógrafos, etc.
- Distribución del contenido elaborado, ya sea en librerías, festivales, medios de comunicación, internet o similares
- El consumo, apropiación o participación
- El mercado, donde el cliente final puede acceder al producto ya elaborado

La fase de creación y producción es la que ocupa un lugar más destacado, con un 70,6% del valor. También es la que ocupa el mayor número de empleados, un 64.7% del total de trabajadores del sector en Galicia.

Las actividades culturales y creativas generan aproximadamente el 2 % del PIB gallego. Según el Observatorio de la Cultura Gallega del Consello de la Cultura Gallega (Xunta de Galicia), en el año 2020, los empleados en actividades culturales ascendían a 34.800 mil, lo que supone el 3 % de la fuerza laboral gallega.

El 97,44% de empresas del sector de las industrias creativas tienen menos de 9 empleados. Cabe destacar que este sector cuenta con 6 empresas de gran tamaño, es decir, con más de 250 empleados en nómina.

Sector Industrias Creativas **CNAE 18, 58,**
59, 60, 74

Sin asalariados	69,64%
-----------------	--------

De 1 a 2 empleados	20,88%
De 3 a 9 empleados	6,92%
De 10 a 49 empleados	2,03%
De 50 a 249 empleados	0,40%
De 250 a 4999 empleados	0,13%

Tabla. % de empresas según estrato de asalariados del sector Industrias Creativas.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

En términos generales, el mayor porcentaje de empresas registradas tienen menos de 2 empleados en nómina, concretamente el 90,52%. El casi 97,44% de las empresas cuentan con menos de 9 asalariados, y sólo el 0,13% registran más de 50 empleados.

2. PROSPECTIVA DEL MERCADO LABORAL EN EL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS

Contexto del mercado laboral en el sector industrias creativas

La cadena de valor del sector engloba todas las funciones necesarias que permite que los bienes, servicios y actividades con origen en la creatividad humana lleguen al público y al mercado. Lo que quiere decir que, también se incluyen las actividades que hacen parte de la reproducción industrial, la realización y la difusión de los productos culturales y creativos.

Se puede decir que la economía naranja o creativa se compone de tres áreas:

- Las actividades **tradicional y artística**, que consisten en esfuerzos relacionados con la preservación y transmisión del patrimonio cultural, material e inmaterial, de una sociedad.
- La industria creativa, que está compuesta por **actividades comerciales** en donde el valor del resultado final se debe principalmente al contenido creativo, incluida la industria cultural (actividades reconocidas por estar fuertemente asociadas a la cultura, como la editorial, la audiovisual y la fonográfica), y las creaciones funcionales (donde el resultado es creativo, pero no necesariamente relacionado con la cultura, como videojuegos, publicidad o moda).
- Las actividades que brindan **apoyo creativo a las industrias tradicionales**, donde el resultado de la actividad creativa se utiliza como insumo intermedio en el proceso de producción de un bien o servicio, que no es necesariamente creativo por sí mismo.

Son aquellas actividades que suponen un acto de creación, como la producción de videojuegos y la audiovisual, el sector editorial, el diseño, el arte, la cultura e, incluso, la publicidad o la arquitectura.

Principalmente, están relacionadas con el ocio, la cultura, el tiempo libre y el turismo, y tienen múltiples posibilidades de interconectarse para agregar demanda unas a otras.

Este sector ha evolucionado mucho desde sus comienzos, una transformación en la que actualmente las empresas culturales y creativas han innovado gracias a los avances tecnológicos y la entrada en juego de los

medios de comunicación. Cada vez, la cultura ha incorporados procesos de producción sofisticados, cadenas de producción más complejas y grandes y en especial, ha podido llegar a un mercado mucho mayor que antes.

Es interesante destacar algunas características principales de las industrias creativas que ayudan a definir las y entenderlas mejor. Por ejemplo:

- Intersección entre la economía y la cultura.
- Incorporan la creatividad como componente central de la producción.
- Contenido artístico, cultural o patrimonial.
- Bienes, servicios y actividades frecuentemente protegidas por la propiedad intelectual - derecho de autor y los derechos conexos.
- Doble naturaleza: económica (generación de riqueza y empleo) y cultural (generación de valores, sentido e identidades) Innovación y recreación.
- Demanda y comportamiento de los públicos difícil de anticipar.

Las industrias creativas han cobrado mayor importancia en los últimos años dado el potencial que tienen para generar valor agregado en la economía y como posible fuente de empleo

En la próxima década, los artistas y las industrias creativas y culturales añadirán nuevos medios digitales y físicos a su conjunto de instrumentos, como la biología sintética para crear una nueva moda y arquitectura, la inteligencia artificial para contribuir a generar arte y música de calidad y la realidad virtual y aumentada para imaginar mundos completamente nuevos en 3D y capturar culturas en vías de desaparición. Claramente, estamos presenciando la revolución de las industrias creativas gracias a la tecnología actual.

Las industrias creativas no solo son relevantes por su transversalidad en la actividad económica y el valor agregado que generan, sino porque también involucran procesos de innovación que pueden convertirse en una fuente generadora de empleo en nuevos sectores. En particular, las industrias creativas dan una oportunidad a los jóvenes para el desarrollo y uso de nuevas habilidades requeridas en el mercado laboral, teniendo en cuenta que la implementación de tecnologías modernas y la automatización de los puestos de trabajo incrementa la demanda por habilidades de liderazgo, emprendimiento y resolución de problemas.

El Parlamento Europeo y los Estados Miembros, en el año 2014, aprobaron el Programa Europa Creativa. Es el **programa de apoyo a los sectores cultural y creativo**, y el único de la Unión Europea diseñado de forma específica para ello.

Europa Creativa, para el periodo 2014-2020, se enmarcaba en la Estrategia Europa 2020 enfocada a un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, con la finalidad de reforzar la competitividad del sector cultural y creativo, a la vez que salvaguardar la diversidad cultural y lingüística europea.

En el año 2021, El Parlamento Europeo y los Estados Miembros han vuelto a llegar a un acuerdo político sobre el nuevo programa **Europa Creativa 2021-2027**. Este cuenta con un presupuesto total de 2.4 mil millones de euros, para continuar promoviendo la diversidad cultural y lingüística europea. Ayudará a artistas, creadores, profesionales de la cultura y organizaciones a cooperar y co-crear, abordando los retos sociales del momento y apoyando su capacitación.

En España las industrias culturales y creativas suponen un 2,4% del PIB, de acuerdo con la cuenta satélite de la cultura, y ascienden al 3,2% si se considera el conjunto de actividades económicas vinculadas con la propiedad intelectual.

Galicia se encuentra bien posicionada en el ranking del sector a nivel nacional, según el Observatorio de la Cultura-La Fábrica. En el año 2017, el estudio del Observatorio, en el que participaron 362 profesionales valorando la actividad cultural de comunidades y ciudades, situó a Galicia como la sexta comunidad autónoma en cuanto a calidad e innovación de su oferta cultural.

En cuanto al ranking por ciudades, en las que también se valora la calidad e innovación de su oferta cultural, y se puntúa por porcentaje de menciones de los participantes en la encuesta, únicamente A Coruña (7,7 %), Santiago (5,8) y Vigo (3 %) se colocaron entre las treinta primeras, si bien lo hicieron en unos discretos undécimo, decimoquinto y vigésimo primer puesto, respectivamente.

Como consecuencia del COVID-19, un estudio realizado por el Observatorio de la Cultura en enero de 2021, indica que un 37,2% mantenía aún parte de la plantilla en ERTE, mientras el 59,1% reconoce haber reducido plantilla como consecuencia de la pandemia. En relación con la actividad del sector, un 7,9% mantenía sus actividades cerradas o éstas no han podido celebrarse; mientras un 57,1% ha recuperado solo parcialmente la actividad normal y solamente el 31,6% ha recuperado el volumen normal de actividad. Por sectores, el impacto es más grave para el sector privado y especialmente para los profesionales independientes, que han perdido actividades o continúan inactivos en una mayor proporción.

Respecto a las previsiones para el año 2021, el resultado es negativo y también desigual. De media, se espera que los ingresos disminuyan respecto a los de 2020 en un 7,7% (5,0% de disminución en el sector público, 9,3% en el privado y 15,1% entre los profesionales independientes). Esto supondrá un descenso en 2021 frente al presupuesto anterior a la pandemia del 34,5% (26,2% en el sector público y 46,9% de los independientes).

En cuanto a la transformación digital motivada por la pandemia, cabe indicar que un 74,7% de los encuestados afirma haber adaptado temporalmente durante la pandemia algunas actividades físicas a un formato digital, mientras un 63,9% ha creado con carácter extraordinario nuevos contenidos y actividades en soporte digital.

Solamente un 61% está desarrollando un plan integral de transformación digital, con impacto en contenidos, formatos, comunicación, financiación y organización, el 44,6% restante continúa implantando un plan elaborado antes de la pandemia. Se considera que, tras la pandemia, se mantendrán los contenidos digitales como complemento al formato físico.

Los planes de transformación digital no tienen de momento en todos los casos un reflejo en presupuestos de inversión para desarrollarlos. La mayor voluntad inversora (66% de los panelistas) se destina a la producción de contenidos digitales y en segundo lugar (44,8%) a equipamiento y software; la inversión en personal o asesoramiento externo no llega al 30% de los casos.

Previsión de empleo

La importancia de las industrias culturales y creativas en esta nueva economía digital ya hace tiempo que viene siendo anunciada en el ámbito internacional. En el año 2010, la Comisión Europea publicó su Libro Verde Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas, en el que señalaba que “el valor inmaterial determina cada vez más el valor material, ya que los consumidores desean obtener “experiencias” nuevas y enriquecedoras”.

Como señalaba la Comisión Europea en dicho Libro Verde, el valor de mercado de los productos se determina cada vez más en base a su originalidad, singularidad, rendimiento y apariencia. Además, el mercado laboral demanda trabajadores creativos y con gran capacidad para la comunicación y la resolución de problemas; y las decisiones en torno a la localización de empresas se toman cada vez más teniendo en cuenta factores

como la disponibilidad en el lugar de una fuerza de trabajo creativa y la calidad de vida que la zona ofrece a los trabajadores.

Todos estos son factores que refuerzan el valor estratégico de lo que se ha denominado industrias culturales y creativas (ICC), que emplean a más de 7 millones de personas en la UE y suman un 4,2% del PIB.

ICC es un sector estratégico, tanto por el valor económico que tienen por sí mismas, como también por su valor cultural y simbólico, que genera externalidades positivas en otros muchos sectores económicos y realidades sociales.

Según un estudio del Observatorio de la Cultura Gallega del Consello de la Cultura Gallega (Xunta de Galicia) elaborado en 2019, el número de empleados culturales en Galicia se situaba en 2018 en 35.000 personas. Se aprecia un ligero incremento de empleados en los últimos años, si bien el crecimiento en Galicia es menor que en el resto de España.

En cuanto a la distribución del empleo por tamaño empresarial, se pone de manifiesto que la concentración de trabajadores se encuentra en las microempresas y pequeñas empresas, que representan el 56,8% del total de empresas. La media de empleados en las empresas del sector en Galicia es de 8 trabajadores.

Las actividades de creación, artísticas y de espectáculos son las que experimentan mayor incremento de número de trabajadores. Es la provincia de A Coruña la que cuenta con mayor número de afiliados en actividades culturales, seguida muy de cerca de la provincia de Pontevedra.

En 2021, la Cámara de Comercio de Vigo, Pontevedra y Vilagarcía junto con ManpowerGroup, elaboraron un estudio sobre el "análisis y perspectivas del empleo en Galicia". Este recoge que la reducción del empleo en Galicia en 2020 (-1,9%) revertirá en 2021 y 2022 a un ritmo del 2,3% y del 3,2% respectivamente, generando 60.000 nuevos empleos, según la hipótesis media barajada por ManpowerGroup en sus recientes proyecciones de empleo.

El sector servicios, en el que se enmarcan las industrias creativas, es en el que se espera un aumento más relevante, en términos absolutos, con la creación de 44.000 puestos y tasas de crecimiento del 2,4% y el 3,3% en 2021 y 2022, respectivamente.

3. EVOLUCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO EN EL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS

El estudio Media Trends & Predictions 2021, de Kantar, proporciona insights sobre los cambios en el comportamiento del consumidor y las dinámicas de la industria que han venido para quedarse y muestra las estrategias clave para impulsar el crecimiento de las compañías en el 2021. En el año 2020, ha aumentado el consumo de los medios en el hogar, el consumidor de material audiovisual ha aumentado en el hogar debido a la situación de la crisis sanitaria.

Se dan diferencias entre los subsectores que componen las industrias creativas en cuanto a su nivel de madurez digital. Desde industrias tradicionales que han ido adaptando sus procesos e incluso modelos de negocio, a aquellos que han surgido en un ecosistema totalmente digital.

El principal cambio que ha sufrido el sector a lo largo de los años es la especialización. Antes la formación era muy generalista, actualmente se busca experiencia en la tarea a desarrollar, es decir, se busca una máxima especialización en diferentes ámbitos. Si bien, cabe mencionar que, en Galicia, por el perfil de empresa (micro y pequeña empresa), los diferentes puestos son asumidos por un pequeño grupo de trabajadores, asumiendo una misma persona diferentes funciones de varios puestos.

Así mismo, los profesionales de otros sectores cada vez tienen más presencia en el sector de Industrias Creativas. Por ejemplo: arquitectos para las producciones de cine por el conocimiento que tienen o físicos para las simulaciones de explosiones.

La modelización, simulación y virtualización de procesos son tecnologías emergentes en el sector de Industrias Creativas que se tienen que combinar con conocimientos en usabilidad. Es muy importante el procesamiento del lenguaje natural, en las sugerencias de contenidos que pueden estar relacionados con las preferencias del cliente. La realidad aumentada o realidad virtual y la combinación entre el entorno físico y virtual es una oportunidad para los recursos y productos culturales.

Esto pone de manifiesto hacia dónde va la evolución de los puestos de trabajo, y por ello los perfiles que se están incorporando y se van a incorporar son perfiles tecnológicos y de información digital. Entre las tecnologías emergentes que deben conocer los profesionales están blockchain, big data, cloud computing, data analytics, inteligencia artificial, realidad aumentada, al igual que el marketing digital que es ya una realidad.

Por otro lado, cabe destacar que la gran transformación que está experimentando el sector motivado por la pandemia se da en la fase de comercialización. Se ha potenciado e incrementado el uso de plataformas digitales o apps para la gestión de compra-venta de servicios, así como el control de la asistencia del público o clientes, reduciéndose el contacto humano en este proceso. No ha hecho que desaparezcan puestos de trabajo concretos, sino que ha generado que la demanda de perfiles actuales se haya reducido en gran medida y se detecta una transformación y necesidad de contar con perfiles más tecnológicos para este proceso.

La evolución de perfiles del sector se estima de la siguiente manera:

<p>Puestos de trabajo más demandados actualmente y que se están transformando:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diseñador/a gráfico• Diseñador/a UI• Diseñador/a web• Animador/a 3D• Creador/a de contenidos• Editor/a de video• Responsable de proyectos• Community manager• Técnico/a de comunicación• Técnico/a de marketing	<p>Puestos de trabajo que pueden desaparecer:</p> <ul style="list-style-type: none">• Personal de atención al cliente/público
--	--

Las siguientes tablas ofrecen un análisis con mayor grado de detalle de la formación, conocimientos y competencias (técnicas y no técnicas) que en la actualidad se están exigiendo a estas tres categorías de puestos de trabajo (tanto los más demandados en la actualidad, como a los que se están transformado y en riesgo de desaparecer).

Este análisis, se ha realizado a partir de los siguientes niveles de información:

- Revisión de los requisitos que se exigen en ofertas laborales.
- Entrevistas con empresas del sector.
- Análisis de procesos de las empresas del sector.

REQUISITOS EXIGIDOS EN LAS OFERTAS LABORALES DEL SECTOR

Esta tabla incluye un resumen de los **puestos de trabajo que más se demandan en la actualidad en el sector industrias creativas**, así como el perfil de conocimientos y competencias que se les exige:

PUESTOS DE TRABAJO MÁS DEMANDADOS EN LA ACTUALIDAD				
Nombre del puesto	Titulación requerida	Conocimientos complementarios	Competencias digitales	Soft skills
Diseñador/a gráfico	Estudios en comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico o similar	<ul style="list-style-type: none"> • Alto nivel de Inglés • Valorable conocimientos en Streamings (OBS) • Conocimientos de Edición Gráfica y Realización de Vídeo. • Conocimientos en Gestión de Contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del paquete Adobe (Illustrator, Photoshop, InDesign, etc) • Conocimientos en Marketing Digital • Manejo avanzado de las siguientes herramientas: paquete Adobe (Illustrator, InDesign, Photoshop, Adobe Premiere y After Effects), PowerPoint, Final Cut, Mailchimp/Mailjet y WordPress. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e iniciativa. • Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo • Flexibilidad, proactividad e iniciativa • Pasión por el mundo de la innovación, tecnología y emprendimiento • Capacidad de encontrar soluciones creativas y radicalmente diferentes

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

PUESTOS DE TRABAJO MÁS DEMANDADOS EN LA ACTUALIDAD				
Nombre del puesto	Titulación requerida	Conocimientos complementarios	Competencias digitales	Soft skills
Diseñador/a UI	Estudios en comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico, Animaciones 3D, Juegos y Entornos o similar	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos o experiencia creando gráficos de UI con una identidad visual que encaje con el videojuego en desarrollo • Conocimientos de artes tradicionales, incluyendo, pero no limitado al dibujo de figuras y la ilustración. • Conocimiento para creación de concept art con técnicas de ilustración y dibujo digital. • Inglés fluido • Manejo avanzado de Adobe Photoshop. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de técnicas de esculpido digital con programas como ZBrush. • Conocimiento de técnicas de modelado 3D con programas como Blender o Maya. • Conocimiento de sistemas de control de versiones como subversion. • Entendimiento de técnicas gráficas de motores 3D (propiedades de texturas, materiales, shaders, etc). 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e iniciativa. • Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo • Flexibilidad, proactividad e iniciativa • Pasión por el mundo de la innovación, tecnología y emprendimiento • Creatividad
Diseñador/a web	Estudios en Desarrollo web, comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico o similar	<ul style="list-style-type: none"> • Creación y edición de video con Adobe Premiere y After Effects. • Conocimientos de programas de presentación tales como PowerPoint, Prezi o Keynote. • Diseño, maquetación y desarrollo web. • Conocimientos sobre HTML y CSS. • Conocimiento alto de inglés, valorable otros idiomas 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio conocimiento de diseño y maquetación Web. Wordpress • Dominio del paquete Adobe (manejo avanzado de Illustrator, Photoshop e InDesign). • Conocimientos de Sketch, Figma o Adobe XD. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad e interés por la experiencia de usuario (UX). • Creatividad • Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo • Flexibilidad, proactividad e iniciativa

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

PUESTOS DE TRABAJO MÁS DEMANDADOS EN LA ACTUALIDAD				
Nombre del puesto	Titulación requerida	Conocimientos complementarios	Competencias digitales	Soft skills
Responsable de proyectos	Grado en Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas, Marketing, Comunicación, ADE, Derecho o áreas relacionadas	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento general de las técnicas y servicios profesionales de consultoría, Periodismo, Relaciones Públicas, Comunicación y áreas afines • Conocimiento o experiencia en comunicación corporativa • Excelentes habilidades orales y escritas (inglés y español) • sistemas de medición y reporting 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de habilidades de Community Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e iniciativa. • Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo • Capacidad de análisis aplicada • Habilidades interpersonales • Capacidad para trabajar en múltiples tareas y, al mismo tiempo, bajo presión. • Gestión de equipos • Flexibilidad, proactividad e iniciativa
Técnico de marketing	Licenciatura en marketing o campo relacionado. Título de Grado en Administración de Empresas, master en Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en gestión de productos y marketing de empresa a empresa • Nivel muy alto de inglés. • Fuertes habilidades de Microsoft Excel, Word y PowerPoint 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de herramientas de marketing en línea utilizadas para crear y ejecutar programas de marketing en línea (correo electrónico, seminarios web, redes sociales, etc.) • Herramientas CRM / Software de automatización de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para analizar datos y utilizar los datos para impulsar la mejora continua del programa • Habilidades efectivas de comunicación verbal y escrita • Autonomía e iniciativa. • Habilidades comunicativas. • Trabajo en equipo • Flexibilidad, proactividad e iniciativa
Técnico de comunicación	Licenciatura en Comunicación / Periodismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Recomendable posgrado en comunicación corporativa • Paquete office (Excel avanzado) • Nivel alto de inglés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento avanzado de herramientas de email marketing (Mailchimp/Mailjet, Google Analytics) • Canales de comunicación interna (intranet, newsletter, etc.) • Dominio del paquete Office 365 (Microsoft Power Point, Word, Teams, Sharepoint, etc.) • Conocimientos de programas de edición Adobe Creative Cloud (Premier, After Effects, Illustrator, Photoshop) 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad analítica e interés por el análisis de datos • Habilidades comunicativas, de toma de decisiones y con capacidad para gestionar proyectos • Autónomo/a y proactivo/a • Buen gestor/a de su tiempo y capaz de trabajar bajo presión • Resolutivo/a, enfocado/a a resultados • Nivel de interlocución elevado • Innovador/a y creativo/a

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

PUESTOS DE TRABAJO MÁS DEMANDADOS EN LA ACTUALIDAD				
Nombre del puesto	Titulación requerida	Conocimientos complementarios	Competencias digitales	Soft skills
Animador 3D	Estudios en comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico, Animaciones 3D, Juegos y Entornos o similar	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de artes tradicionales, incluyendo, pero no limitado al dibujo de figuras y la ilustración. • Conocimiento para creación de concept art con técnicas de ilustración y dibujo digital. • Inglés fluido • Manejo avanzado de Adobe Photoshop. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento avanzado de 3D Max 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Responsabilidad • Trabajo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia
Creador de contenidos	Estudios en Comunicación, Marketing Digital, Diseño gráfico o Licenciatura en Comunicación / Periodismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de software de diseño gráfico • Dominio del copywriting • Conocimientos de redacción • Conocimientos de fotografía • Valorable conocimiento de campañas de Branding y comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas • Conocimientos del funcionamiento de Instagram, Facebook, Tik-Tok, Youtube, etc. • Dominio de Photoshop, edición de video, etc 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Responsabilidad • Trabajo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia. • Visión estratégica, comercial y clara orientación a objetivos. • Emprendimiento • Capacidad para asumir riesgos
Community manager	Estudios en Comunicación Audiovisual, Marketing y publicidad o Grado/licenciatura en periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación audiovisual o marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de pack Adobe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorable conocimiento de Figma, y de principios de SEO • Manejo de Photoshop, Lightroom y Bridge • Valorables conocimientos en herramientas como facebook ads, google analytics, google trends, Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Adobe Illustrator, Mailchimp o SEMrush 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Organización • Responsabilidad • Trabajo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia.

PUESTOS DE TRABAJO MÁS DEMANDADOS EN LA ACTUALIDAD				
Nombre del puesto	Titulación requerida	Conocimientos complementarios	Competencias digitales	Soft skills
Editor de video	Estudios en Comunicación Audiovisual; Diseño Gráfico; Proyectos audiovisuales y espectáculos; Imagen y Sonido o similar o Grado y/o Licenciatura en Comunicación Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de paquete Adobe (Adobe Creative Suite , Adobe Premiere Pro y After Effects) • Conocimientos de montaje, audio y corrección de color • Conocimiento en la edición por capas de una imagen • Soltura y rapidez en la edición y motivación por experimentar de manera proactiva • Dominio del inglés, valorable otros idiomas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en Motion Graphics • Conocimiento para trabajar con Final Cut Pro, Corel VideoStudio, entre otros 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización y atención a los detalles • Capacidad de resolver problemas de forma creativa • Capacidad para manejar el estrés e interactuar con los demás de manera profesional • Capacidad para realizar varias tareas y establecer prioridades • Capacidad de trabajo en equipo

PUESTOS DE TRABAJO QUE PUEDEN DESAPARECER

Esta tabla incluye un resumen de los **puestos de trabajo que pueden desaparecer en un futuro:**

PUESTOS DE TRABAJO QUE PUEDEN DESAPARECER	
Nombre del puesto	Proceso de transformación que están sufriendo
Personal de atención al cliente/público	Debido a las nuevas herramientas digitales de comunicación, así como plataformas de venta, se está reduciendo el personal de contacto directo con público, de atención al cliente

PUESTOS DE TRABAJO QUE SE ESTÁN TRANSFORMANDO

Esta tabla incluye un resumen de los **puestos de trabajo que se están transformando**:

Nombre del puesto	Proceso de transformación que están experimentando
Todos los puestos de trabajo	Se trata de un sector en constante evolución que se debe adaptar a las nuevas tecnologías y herramientas digitales para el desarrollo del trabajo.

4. DIAGRAMA DE EMPRESA

A continuación, se detallan el mapa de procesos de industrias creativas referente al subsector de creación de contenidos, en un esquema representativo de los principales procesos.

Es un sector en constante evolución que debe adaptarse a las nuevas herramientas digitales que van implantándose, los puestos de trabajo se encuentran en constante transformación. Por ello, se plantea un único mapa de proceso actual y futuro.

Mapa de procesos y ubicación de los puestos de trabajo:



5. MATRIZ DE COMPETENCIAS, PUESTOS Y PROCESOS

A partir del análisis de procesos, y de los puestos de trabajo (actuales y futuros) y del proceso de transformación que están experimentando, se ha elaborado una matriz que identifica, **para cada proceso productivo**:

- La identificación del puesto de trabajo.
- El tipo de ocupaciones asociadas, indicando si están en demanda actual, en riesgo de desaparición, o en proceso de transformación.
- La descripción del perfil de cada uno de esos puestos, indicando:
 - La formación requerida
 - Los conocimientos complementarios actuales
 - Los conocimientos complementarios futuros.
 - Las competencias técnicas actuales
 - Las competencias no técnicas (o softskills)

La tabla cruzada que se presenta se ha obtenido cruzando las siguientes fuentes de información:

- Ofertas laborales del sector.
- Estudios e informes utilizados en la fase 1 de los trabajos.
- Entrevistas con empresas y asociaciones del sector, para validar la información obtenida.

Para facilitar la lectura de la tabla, el tipo de ocupación se ha codificado con el siguiente código de colores:

 Demanda actual

 En riesgo de desaparición

 En proceso de transformación

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Procesos productivos	Puestos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)
Creación y producción de contenido	Diseñador/a gráfico	Demanda actual y en transformación	Estudios en comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico o similar	<ul style="list-style-type: none"> Alto nivel de inglés Valorables conocimientos en Streamings (OBS) Conocimientos de Edición Gráfica y Realización de Vídeo. Conocimientos en Gestión de Contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento del paquete Adobe (Illustrator, Photoshop, InDesign, etc) Conocimientos en Marketing Digital Manejo avanzado de las siguientes herramientas: paquete Adobe (Illustrator, InDesign, Photoshop, Adobe Premiere y After Effects), PowerPoint, Final Cut, Mailchimp/Mailjet y WordPress. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño y adaptación de branded content Creación de contenido y adaptación para distintos medios (redes sociales, newsletters, campañas de email, landing pages, displays, banners, etc.) Participación en el diseño y desarrollo de campañas de marketing Fotografía y retoque de material Creando elementos gráficos para ser utilizados en el UI, además de en manuales, carátulas, iconos, banners u otros gráficos promocionales para ser usados de forma digital e impresa Diseñar material gráfico corporativo, offline y online: campañas de email marketing, landing page, infografías, presentaciones interactivas, newsletter... 	<ul style="list-style-type: none"> Autonomía e iniciativa. Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo Flexibilidad, proactividad e iniciativa Pasión por el mundo de la innovación, tecnología y emprendimiento. Capacidad de encontrar soluciones creativas y radicalmente diferentes
Creación y producción de contenido	Diseñador/a UI	Demanda actual y en transformación	Estudios en comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico, Animaciones 3D, Juegos y Entornos o similar	<ul style="list-style-type: none"> Conocimientos o experiencia creando gráficos de UI con una identidad visual que encaje con el videojuego en desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento de técnicas de esculpido digital con programas como ZBrush. Conocimiento de técnicas de modelado 3D con 	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar la interfaz de usuario (UI) Selección de colores, tipografía o composición del producto digital Plasmar la idea del diseñador gráfico con desarrollo en lenguajes como HTML y CSS. 	<ul style="list-style-type: none"> Autonomía e iniciativa. Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo Flexibilidad, proactividad e iniciativa

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Procesos productivos	Puestos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)
				<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de artes tradicionales, incluyendo pero no limitado al dibujo de figuras y la ilustración. • Conocimiento para creación de concept art con técnicas de ilustración y dibujo digital. • Inglés fluido • Manejo avanzado de Adobe Photoshop. 	<ul style="list-style-type: none"> • programas como Blender o Maya. • Conocimiento de sistemas de control de versiones como subversion. • Entendimiento de técnicas gráficas de motores 3D (propiedades de texturas, materiales, shaders, etc). 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear gráficos de UI con una identidad visual • Realizar test de usuario para optimizar flujos y detectar errores. • Definición de los procesos de conceptualización y wireframe. • Diseño UI de las distintas pantallas siguiendo criterios funcionales y guidelines. • Seguimiento de proyectos, planificación y comunicación constante con el cliente funcional. • Desarrollo de prototipos navegables e interacciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasión por el mundo de la innovación, tecnología y emprendimiento
Creación y producción de contenido	Diseñador/a web	Demanda actual y en transformación	Estudios en Desarrollo web, comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico o similar	<ul style="list-style-type: none"> • Creación y edición de video con Adobe Premiere y After Effects. • Conocimientos de programas de presentación tales como PowerPoint, Prezi o Keynote. • Diseño, maquetación y desarrollo web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio conocimiento de diseño y maquetación Web. Wordpress • Dominio del paquete Adobe (manejo avanzado de Illustrator, Photoshop e InDesign). • Conocimientos de Sketch, Figma o Adobe XD. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyectos de diseño, branding, web, ilustración y marketing. • Diseño de interacción, testing, diseño multidispositivo y service design. • Programar con PHP Orientado a Objetos (OOP) • Gestión de herramientas de diseño de interfaz: Sketch, Figma y Principle. • Llevar a cabo y trabajar con desarrolladores front-end. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad e interés por la experiencia de usuario (UX). • Creatividad • Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo • Flexibilidad, proactividad e iniciativa

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Procesos productivos	Puestos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)
				<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos sobre HTML y CSS. • Conocimiento alto de inglés, valorable otros idiomas 			
Creación y producción de contenido	Animador 3D	Demanda actual y en transformación	Estudios en comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico, Animaciones 3D, Juegos y Entornos o similar	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de artes tradicionales, incluyendo, pero no limitado al dibujo de figuras y la ilustración. • Conocimiento para creación de concept art con técnicas de ilustración y dibujo digital. • Inglés fluido • Manejo avanzado de Adobe Photoshop. 	Conocimiento avanzado de 3D Max	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de personajes (concept, modelado, texturizado, riggeado,..). • Creación de escenas animadas. • Participación en la producción de videojuegos para varias plataformas. • Contribuir de forma eficaz al flujo artístico y a las limitaciones de las plataformas • Diseñar e ilustrar producto y contenido para redes sociales. • Adaptación de animaciones 	
Creación y producción de contenido	Creador de contenidos	Demanda actual y en transformación	Estudios en Comunicación, Marketing Digital, Diseño gráfico o Licenciatura en Comunicación / Periodismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de software de diseño gráfico • Conocimientos del funcionamiento de Instagram, Facebook, Tik-Tok, Youtube, etc. 	Nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Creador/a del contenido y creatividades • Relación con Influencers • Colaboraciones con otras empresas • Publicaciones orgánicas en redes sociales • Gestión de los valores de la marca 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Responsabilidad • Trabajo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia. • Visión estratégica, comercial y clara orientación a objetivos. • Emprendimiento

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Procesos productivos	Puestos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)
				<ul style="list-style-type: none"> • Dominio de Photoshop, edición de video, etc • Dominio del copywriting • Conocimientos de redacción • Conocimientos de fotografía • Valorable conocimiento de campañas de Branding y comunicación 		<ul style="list-style-type: none"> • Redacción y corrección de publicaciones para todos los canales web y social. • Gestión de comunidades en redes y blog. • Apoyo y soporte en las tareas para seguir el plan de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para asumir riesgos
Creación y producción de contenido	Editor de video	Demanda actual y en transformación	Estudios en Comunicación Audiovisual; Diseño Gráfico; Proyectos audiovisuales y espectáculos; Imagen y Sonido o similar o Grado y/o Licenciatura en Comunicación Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de paquete Adobe (Adobe Creative Suite, Adobe Premiere Pro y After Effects) • Conocimientos de montaje, audio y corrección de color • Conocimiento en la edición por capas de una imagen • Conocimientos en Motion Graphics • Conocimiento para trabajar con Final Cut Pro, Corel VideoStudio, entre otros 	Nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Edición y postproducción de video • Responsable de la calidad visual (etalonaje) y sonora • Ajuste y optimización de los videos en los formatos adecuados a los diferentes soportes y canales necesarios • Gestionar las necesidades de producción de vídeo para distintos, la edición, el diseño de movimiento, la codificación, la gradación del color y la adaptación del color, • Crear proyectos para varias plataformas, incluyendo sitios web y páginas de medios sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización y atención a los detalles • Capacidad de resolver problemas de forma creativa • Capacidad para manejar el estrés e interactuar con los demás de manera profesional • Capacidad para realizar varias tareas y establecer prioridades • Capacidad de trabajo en equipo

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Procesos productivos	Puestos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)
				<ul style="list-style-type: none"> • Dominio del inglés, valorable otros idiomas 			
Toda la cadena de valor	Responsable de proyectos	Demanda actual y en transformación	<ul style="list-style-type: none"> • Grado en Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas, Marketing, Comunicación, ADE, Derecho o áreas relacionadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento general de las técnicas y servicios profesionales de consultoría, Periodismo, Relaciones Públicas, Comunicación y áreas afines • Conocimiento o experiencia en comunicación corporativa • Excelentes habilidades orales y escritas (inglés y español) 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de habilidades de Community Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a clientes y equipo de trabajo y coordinador entre ellos • Gestión de proyectos desde su concepción hasta su finalización • Gestión de medios de comunicación. • Coordina y ejecutar reuniones y eventos de los clientes. • Investigación, estrategia y preparación de nuevas propuestas de negocios. • Gestión de sesiones de brainstormings. • Generar sistemas de medición y reporting 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e iniciativa. • Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo • Capacidad de análisis aplicada • Habilidades interpersonales • Capacidad para trabajar en múltiples tareas y, al mismo tiempo, bajo presión. • Gestión de equipos • Flexibilidad, proactividad e iniciativa
Promoción y comercialización	Técnico de marketing	Demanda actual y en transformación	<p>Licenciatura en marketing o campo relacionado.</p> <p>Título de Grado en Administración de Empresas, master en Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en gestión de productos y marketing de empresa a empresa • Nivel muy alto de inglés. • Fuertes habilidades de Microsoft Excel, Word y PowerPoint 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de herramientas de marketing en línea utilizadas para crear y ejecutar programas de marketing en línea (correo electrónico, seminarios web, redes sociales, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un plan de marketing • soluciones de Comunicaciones Unificadas • Centrarse en las campañas y programas • Desarrollar un plan de marketing digital • Coordinar agencias de marketing • Crear, desarrollar y ejecutar eventos 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para analizar datos y utilizar los datos para impulsar la mejora continua del programa • Habilidades efectivas de comunicación verbal y escrita • Autonomía e iniciativa. • Habilidades comunicativas. • Trabajo en equipo <p>Flexibilidad, proactividad e iniciativa</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Procesos productivos	Puestos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)
					<ul style="list-style-type: none"> Herramientas CRM / Software de automatización de marketing 		
Promoción y comercialización	Técnico de comunicación	Demanda actual y en transformación	Licenciatura en Comunicación / Periodismo.	<ul style="list-style-type: none"> Recomendable posgrado en comunicación corporativa Paquete office (Excel avanzado) Nivel alto de inglés. 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento avanzado de herramientas de email marketing (Mailchimp/Mailjet, Google Analytics) Canales de comunicación interna (intranet, newsletter, etc.) Dominio del paquete Office 365 (Microsoft Power Point, Word, Teams, Sharepoint, etc.) <p>Conocimientos de programas de edición Adobe Creative Cloud (Premier, After Effects, Illustrator, Photoshop)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar e implementar la estrategia de comunicación. Gestión e implementación de proyectos de comunicación a nivel interno (engagement, reconocimiento, eventos...). Definición y ejecución de calendario editorial. Desarrollo de contenidos para audiencias internas (intranet, comunicados, chat, red social...). Diseño y desarrollo de campañas, integrando canales on y off. Desarrollo, seguimiento y análisis de KPIs (Dashboard). 	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad analítica e interés por el análisis de datos Habilidades comunicativas, de toma de decisiones y con capacidad para gestionar proyectos Autónomo/a y proactivo/a Buen gestor/a de su tiempo y capaz de trabajar bajo presión Resolutivo/a, enfocado/a a resultados Nivel de interlocución elevado <p>Innovador/a y creativo/a</p>
Promoción y comercialización	Community manager	Demanda actual y en transformación	Estudios en Comunicación Audiovisual, Marketing y publicidad o Grado/licenciatura en periodismo, publicidad,	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento de pack Adobe. Valorable conocimiento de Figma, y de principios de SEO Manejo de Photoshop, Lightroom y Bridge 	<p>Nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> Conceptualizar, planificar y diseñar estrategias de redes sociales (linkedIn, instagram, facebook, twitter y tiktok) para los diferentes canales Creación de contenidos para blog 	<ul style="list-style-type: none"> Creatividad Organización Responsabilidad Trabajo en equipo Habilidades comunicativas Autonomía e iniciativa propia.

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Procesos productivos	Puestos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)
			relaciones públicas, comunicación audiovisual o marketing	Valorables conocimientos en herramientas como facebook ads, google analytics, google trends, Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Adobe Illustrator, Mailchimp o SEMrush		<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento y monitorización con análisis y medición de los resultados • Desarrollar, ejecutar y poseer el calendario de contenido diario, semanal • Gestión de newsletters y campañas digitales. • Administrar calendarios y planificar los programas de contenido para garantizar la publicación oportuna. 	
Comercialización	Servicio de atención al cliente	En riesgo de desaparición	Formación profesional en Administración y Finanzas	Conocimientos de informática de nivel usuario.	Nuevas herramientas de gestión	Funciones de atención al cliente, cobros, ingresos y gestión de cuentas.	Habilidades de comunicación y empatía. Orientación al cliente. Ganas de aprender.