

PERFÍS E COMPETENCIAS PROFESIONAIS DO SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS

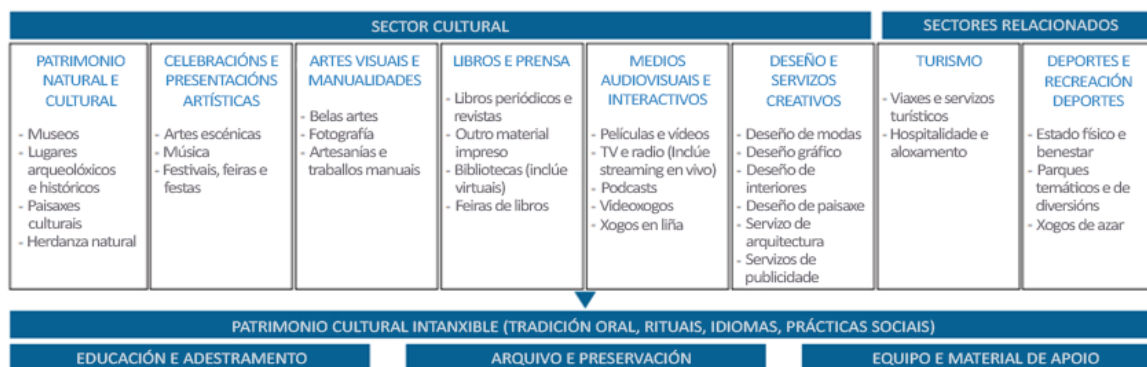


1. O MERCADO LABORAL DO SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS EN GALICIA.....	3
2. PROSPECTIVA DO MERCADO LABORAL NO SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS	5
3. EVOLUCIÓN DOS POSTOS DE TRABALLO NO SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS	9
4. DIAGRAMA DE EMPRESA.....	17
5. MATRIZ DE COMPETENCIAS, POSTOS E PROCESOS	18

1.0 MERCADO LABORAL DO SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS EN GALICIA

A economía creativa atópase na interface entre a economía, a cultura, a tecnoloxía e os aspectos sociais. A creatividade é un dos seus principais compoñentes, pois o sector vira ao redor da produción de contidos novos, relevantes e de valor cultural que se aliñen coas demandas do mercado (UNITAR, 2018).

Neste contexto, de acordo coa Organización das Nacións Unidas para a Educación, a Ciencia e a Cultura (UNESCO polas súas siglas en inglés), a economía creativa comprende seis actividades de ámbito cultural: patrimonio natural e cultural; artes visuais e traballos manuais; libros e prensa; medios audiovisuais e interactivos e deseño e servizos creativos; e dous dominios relacionados: o turismo e os deportes e a recreación, como se recolle no seguinte gráfico ou marco de referencia das industrias culturais e creativas elaborado pola UNESCO:



Fonte: UNESCO

De acordo coa UNESCO, as industrias culturais e creativas son “aqueles sectores de actividade organizada que teñen como obxecto principal a produción ou a reprodución, a promoción, a difusión e/ou a comercialización de bens, servizos e actividades de contido cultural, artístico ou patrimonial”.

En Galicia, o sistema produtivo vinculado ao sector industrias creativas rexistra **4.479 empresas**. Co obxectivo de identificar as empresas que realizan actividades dentro do sector Industrias Creativas tivéronse en conta as empresas rexistradas no seguintes CNAE:

Nº. Empresas por CNAE	2020
181 Artes gráficas e servizos relacionados coas mesmas	670
182 Reprodución de soportes gravados	49
581 Edición de libros, xornais e outras actividades editoriais	314
582 Edición de programas informáticos	158
591 Actividades cinematográficas, de vídeo e de programas de televisión	296
592 Actividades de gravación de son e edición musical	15
601 Actividades de radiodifusión	36

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

602 Actividades de programación e emisión de televisión	30
741 Actividades de deseño especializado	169
742 Actividades de fotografía	790
743 Actividades de tradución e interpretación	453
749 Outras actividades profesionais, científicas e técnicas n.c.o.p.	1.499
Total	4.479

Táboa. Número de empresas rexistradas segundo CNAE do sector Industrias Creativas.
 Fonte: Elaboración propia a partir de datos do INE

O número de empresas rexistradas deste sector aumentou un 119 % nos últimos 5 anos, en gran parte debido ás actividades de gravación de son e edición musical e edición de programas informáticos.

De acordo cos datos do INE, do total de empresas do sector en Galicia, os tres que maior representación teñen son co 33,4 % o subsector doutras actividades profesionais, científicas e técnicas n.c.o.p, co 17 % as actividades de fotografía e co 14 % as artes gráficas e servizos relacionados coas mesmas.

Atendendo á actividade económica que desenvolven as empresas en Galicia, o subsector máis importante é o de “Actividades de creación, artísticas e de espectáculos”

O sector das industrias creativas presenta unha cadea de valor moi ampla, debido ao seu carácter heteroxéneo, e componse das seguintes fases:

- Creación, en moitas ocasións de contidos, ben sexa musical, audiovisual ou desenvolvemento de aplicacións
- Producción ou manufactura, fase na que as empresas son maioritariamente editores, tradutores, deseñadores, ilustradores, fotógrafos etc.
- Distribución do contido elaborado, xa sexa en librerías, festivais, medios de comunicación, Internet ou similares
- O consumo, apropiación ou participación
- O mercado, onde o cliente final pode acceder ao produto xa elaborado

A fase de creación e produción é a que ocupa un lugar máis destacado, cun 70,6 % do valor. Tamén é a que ocupa o maior número de empregados, un 64,7 % do total de traballadores do sector en Galicia.

As actividades culturais e creativas xeran aproximadamente o 2 % do PIB galego. Segundo o Observatorio da Cultura Galega do Consello da Cultura Galega (Xunta de Galicia), no ano 2020, os empregados en actividades culturais ascendían a 34.800 mil, o que supón o 3 % da forza laboral galega.

O 97,44 % de empresas do sector das industrias creativas teñen menos de 9 empregados. Cabe destacar que este sector conta con 6 empresas de gran tamaño, é dicir, con máis de 250 empregados en nómina.

Sector Industrias Creativas	CNAE 18, 58, 59, 60, 74
Sen asalariados	69,64 %
De 1 a 2 empregados	20,88 %
De 3 a 9 empregados	6,92 %
De 10 a 49 empregados	2,03 %
De 50 a 249 empregados	0,40 %

De 250 a 4999 empregados	0,13 %

Táboa. % de empresas segundo estrato de asalariados do sector Industrias Creativas.
 Fonte: Elaboración propia a partir de datos do INE

En termos xerais, a maior porcentaxe de empresas rexistradas teñen menos de 2 empregados en nómina, concretamente o 90,52 %. O case 97,44 % das empresas contan con menos de 9 asalariados, e só o 0,13 % rexistran máis de 50 empregados.

2. PROSPECTIVA DO MERCADO LABORAL NO SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS

Contexto do mercado laboral no sector industrias creativas

A cadea de valor do sector engloba todas as funcións necesarias que permite que os bens, servizos e actividades con orixe na creatividade humana cheguen ao público e ao mercado. O que quere dicir que tamén se inclúen as actividades que fan parte da reprodución industrial, a realización e a difusión dos produtos culturais e creativos.

Pódese dicir que a economía laranxa ou creativa se compón de tres áreas:

- As actividades **tradicionalis e artísticas**, que consisten en esforzos relacionados coa preservación e transmisión do patrimonio cultural, material e inmaterial, dunha sociedade.
- A industria creativa, que está composta por **actividades comerciais** onde o valor do resultado final débese principalmente ao contido creativo, incluída a industria cultural (actividades recoñecidas por estar fortemente asociadas á cultura, como a editorial, a audiovisual e a fonográfica), e as creacións funcionais (onde o resultado é creativo, pero non necesariamente relacionado coa cultura, como videoxogos, publicidade ou moda).
- As actividades que brindan **apoio creativo ás industrias tradicionalis**, onde o resultado da actividade creativa utilízase como insumo intermedio no proceso de produción dun ben ou servizo, que non é necesariamente creativo en por si.

Son aquelas actividades que supoñen un acto de creación, como a produción de videoxogos e a audiovisual, o sector editorial, o deseño, a arte, a cultura e, mesmo, a publicidade ou a arquitectura.

Principalmente, están relacionadas co lecer, a cultura, o tempo libre e o turismo, e teñen múltiples posibilidades de interconectarse para agregar demanda unhas a outras.

Este sector evolucionou moito desde os seus comezos, unha transformación na que actualmente as empresas culturais e creativas innovaron grazas aos avances tecnolóxicos e a entrada en xogo dos medios de comunicación. Cada vez, a cultura incorporou procesos de produción sofisticados, cadeas de produción máis complexas e grandes e, en especial, puido chegar a un mercado moito maior que antes.

É interesante destacar algunhas características principais das industrias creativas que axudan a definilas e entendelas mellor. Por exemplo:

- Intersección entre a economía e a cultura
- Incorporan a creatividade como compoñente central da produción
- Contido artístico, cultural ou patrimonial
- Bens, servizos e actividades frecuentemente protexidas pola propiedade intelectual - dereito de autor e os dereitos conexas
- Dobre natureza: económica (xeración de riqueza e emprego) e cultural (xeración de valores, sentido e identidades) Innovación e recreación
- Demanda e comportamento dos públicos difícil de anticipar

As industrias creativas cobraron maior importancia nos últimos anos dado o potencial que teñen para xerar valor agregado na economía e como posible fonte de emprego.

Na próxima década, os artistas e as industrias creativas e culturais engadirán novos medios dixitais e físicos ao seu conxunto de instrumentos, como a bioloxía sintética para crear unha nova moda e arquitectura, a intelixencia artificial para contribuír a xerar arte e música de calidade e a realidade virtual e aumentada para imaxinar mundos completamente novos en 3D e capturar culturas en vías de desaparición. Claramente, estamos a presenciar a revolución das industrias creativas grazas á tecnoloxía actual.

As industrias creativas non só son relevantes pola súa transversalidade na actividade económica e o valor agregado que xeran, senón porque tamén involucran procesos de innovación que poden converterse nunha fonte xeradora de emprego en novos sectores. En particular, as industrias creativas dan unha oportunidade aos mozos para o desenvolvemento e uso de novas habilidades requiridas no mercado laboral, tendo en conta que a implementación de tecnoloxías modernas e a automatización dos postos de traballo incrementa a demanda por habilidades de liderado, emprendemento e resolución de problemas.

O Parlamento Europeo e os Estados Membros, no ano 2014, aprobaron o Programa Europa Creativa. É o **programa de apoio aos sectores cultural e creativo**, e o único da Unión Europea deseñado de forma específica para iso.

Europa Creativa, para o período 2014-2020, enmarcábase na Estratexia Europa 2020 enfocada a un crecemento intelixente, sustentable e integrador, coa finalidade de reforzar a competitividade do sector cultural e creativo, á vez que salvagardar a diversidade cultural e lingüística europea.

No ano 2021, O Parlamento Europeo e os Estados Membros volveron acadar un acordo político sobre o novo programa **Europa Creativa 2021-2027**. Este conta cun orzamento total de 2.4 mil millóns de euros, para continuar promovendo a diversidade cultural e lingüística europea. Axudará a artistas, creadores, profesionais da cultura e organizacións a cooperar e co-crear, abordando os retos sociais do momento e apoiando a súa capacitación.

En España as industrias culturais e creativas supoñen un 2,4 % do PIB, de acordo coa conta satélite da cultura, e ascenden ao 3,2 % se se considera o conxunto de actividades económicas vinculadas coa propiedade intelectual.

Galicia atópase ben situada na clasificación do sector a nivel nacional, segundo o Observatorio da Cultura-A Fábrica. No ano 2017, o estudo do Observatorio, no que participaron 362 profesionais valorando a actividade cultural de comunidades e cidades, situou Galicia como a sexta comunidade autónoma en canto a calidade e innovación da súa oferta cultural.

En canto ao ránking por cidades, nas que tamén se valora a calidade e innovación da súa oferta cultural, e puntúase por porcentaxe de mencións dos participantes na enquisa, unicamente A Coruña (7,7 %), Santiago (5,8) e Vigo (3 %) colocáronse entre as trinta primeiras, aínda que o fixeron nun discretos undécimo, décimo quinto e vixésimo primeiro posto, respectivamente.

Como consecuencia da COVID-19, un estudo realizado polo Observatorio da Cultura en xaneiro de 2021, indica que un 37,2 % mantíña aínda parte do persoal en ERTE, mentres o 59,1 % recoñece reducir persoal como consecuencia da pandemia. En relación coa actividade do sector, un 7,9 % mantíña as súas actividades pechadas ou estas non puideron celebrarse; mentres un 57,1 % recuperou só parcialmente a actividade normal e soamente o 31,6 % recuperou o volume normal de actividade. Por sectores, o impacto é máis grave para o sector privado e especialmente para os profesionais independentes, que perderon actividades ou continúan inactivos nunha maior proporción.

Respecto ás previsións para o ano 2021, o resultado é negativo e tamén desigual. De media, espérase que os ingresos diminúan respecto a os de 2020 nun 7,7 % (5,0 % de diminución no sector público, 9,3 % no privado e 15,1 % entre os profesionais independentes). Isto supoñerá un descenso en 2021 fronte ao orzamento anterior á pandemia do 34,5 % (26,2 % no sector público e 46,9 % dos independentes).

En canto á transformación dixital motivada pola pandemia, cabe indicar que un 74,7 % dos enquisados afirma adaptar temporalmente durante a pandemia algunhas actividades físicas a un formato dixital, mentres un 63,9 % creou con carácter extraordinario novos contidos e actividades en soporte dixital.

Soamente un 61 % está a desenvolver un plan integral de transformación dixital, con impacto en contidos, formatos, comunicación, financiamento e organización, o 44,6 % restante continúa implantando un plan elaborado antes da pandemia. Considérase que, tras a pandemia, manteranse os contidos dixitais como complemento ao formato físico.

Os plans de transformación dixital non teñen de momento en todos os casos un reflexo en orzamentos de investimento para desenvolvelos. A maior vontade investidora (66 % dos panelistas) destínase á produción de contidos dixitais e en segundo lugar (44,8 %) a equipamento e software; o investimento en persoal ou asesoramento externo non chega ao 30 % dos casos.

Previsión de emprego

A importancia das industrias culturais e creativas nesta nova economía dixital xa hai tempo que vén sendo anunciada no ámbito internacional. No ano 2010, a Comisión Europea publicou o seu Libro Verde Liberar o potencial das industrias culturais e creativas, no que sinalaba que “o valor inmaterial determina cada vez máis o valor material, xa que os consumidores desexan obter “experiencias” novas e enriquecedoras”.

Como sinalaba a Comisión Europea no devandito Libro Verde, o valor de mercado dos produtos determínase cada vez máis en base á súa orixinalidade, singularidade, rendemento e aparencia. Ademais, o mercado laboral demanda traballadores creativos e con gran capacidade para a comunicación e a resolución de problemas; e as decisións ao redor da localización de empresas tómanse cada vez máis tendo en conta factores como a dispoñibilidade no lugar dunha forza de traballo creativa e a calidade de vida que a zona ofrece aos traballadores.

Todos estes son factores que reforzan o valor estratéxico do que se denominou industrias culturais e creativas (ICC), que empregan a máis de 7 millóns de persoas na UE e suman un 4,2 % do PIB.

ICC é un sector estratéxico, tanto polo valor económico que teñen por si mesmas, como tamén polo seu valor cultural e simbólico, que xera externalidades positivas noutros moitos sectores económicos e realidades sociais.

Segundo un estudo do Observatorio da Cultura Galega do Consello da Cultura Galega (Xunta de Galicia) elaborado en 2019, o número de empregados culturais en Galicia situábase en 2018 en 35.000 persoas. Apréciase un lixeiro incremento de empregados nos últimos anos, aínda que o crecemento en Galicia é menor que no resto de España.

En canto á distribución do emprego por tamaño empresarial,ponse de manifesto que a concentración de traballadores atópase nas microempresas e pequenas empresas, que representan o 56,8 % do total de empresas. A media de empregados nas empresas do sector en Galicia é de 8 traballadores.

As actividades de creación, artísticas e de espectáculos son as que experimentan maior incremento de número de traballadores. É a provincia da Coruña a que conta con maior número de afiliados en actividades culturais, seguida moi de preto da provincia de Pontevedra.

En 2021, a Cámara de Comercio de Vigo, Pontevedra e Vilagarcía, xunto con ManpowerGroup, elaboraron un estudo sobre a “análise e perspectivas do emprego en Galicia”. Este recolle que a redución do emprego en Galicia en 2020 (-1,9 %) reverterá en 2021 e 2022 a un ritmo do 2,3 % e do 3,2 % respectivamente, xerando 60.000 novos empregos, segundo a hipótese media barallada por ManpowerGroup nas súas recentes proxeccións de emprego.

O sector servizos, no que se enmarcan as industrias creativas, é no que se espera un aumento máis relevante, en termos absolutos, coa creación de 44.000 postos e taxas de crecemento do 2,4 % e o 3,3 % en 2021 e 2022, respectivamente.

3. EVOLUCIÓN DOS POSTOS DE TRABAJO NO SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS

O estudo Media Trends & Predictions 2021, de Kantar, proporciona insights sobre os cambios no comportamento do consumidor e as dinámicas da industria que viñeron para quedar e mostra as estratexias clave para impulsar o crecemento das compañías no 2021. No ano 2020 aumentou o consumo dos medios no fogar, o consumidor de material audiovisual aumentou no fogar debido á situación da crise sanitaria.

Danse diferenzas entre os subsectores que compoñen as industrias creativas en canto ao seu nivel de madurez dixital. Desde industrias tradicionais que foron adaptando os seus procesos e mesmo modelos de negocio, a aqueles que xurdiron nun ecosistema totalmente dixital.

O principal cambio que sufriu o sector ao longo dos anos é a especialización. Antes a formación era moi xeneralista; actualmente búscase experiencia na tarefa para desenvolver, é dicir, búscase unha máxima especialización en diferentes ámbitos. Aínda que cabe mencionar que, en Galicia, polo perfil de empresa (micro e pequena empresa), os diferentes postos son asumidos por un pequeno grupo de traballadores, asumindo una mesma persoa diferentes funcións de varios postos.

Así mesmo, os profesionais doutros sectores cada vez teñen máis presenza no sector de Industrias Creativas. Por exemplo: arquitectos para as producións de cinema polo coñecemento que teñen ou físicos para as simulacións de explosións.

A modelización, simulación e virtualización de procesos son tecnoloxías emerxentes no sector de Industrias Creativas que se teñen que combinar con coñecementos en usabilidade. É moi importante o procesamento da linguaxe natural, nas suxestión de contidos que poden estar relacionados coas preferencias do cliente. A realidade aumentada ou realidade virtual e a combinación entre a contorna física e virtual é unha oportunidade para os recurso e produtos culturais.

Isto pon de manifesto cara onde vai a evolución dos postos de traballo, e por iso os perfís que se están incorporado e se van incorporar son perfís tecnolóxicos e de información dixital. Entre as tecnoloxías emerxentes que deben coñecer os profesionais están blockchain, Big Data, cloud computing, data analytics, intelixencia artificial, realidade aumentada, do mesmo xeito que o márketing dixital que é xa unha realidade.

Doutra banda, cabe destacar que a gran transformación que está a experimentar o sector motivado pola pandemia dáse na fase de comercialización. Potenciouse e incrementouse o uso de plataformas dixitais ou aplicacións para a xestión de compra-venda de servizos, así como o control da asistencia do público ou clientes, reducíndose o contacto humano neste proceso. Non fixo que desaparezan postos de traballo concretos, senón que xerou que a demanda de perfís actuais reduciuse en gran medida e detéctase unha transformación e necesidade de contar con perfís máis tecnolóxicos para este proceso.

A evolución de perfís do sector estímase da seguinte maneira:

Postos de traballo máis demandados actualmente e que se están transformando:	Postos de traballo que poden desaparecer:
<ul style="list-style-type: none">• Deseñador/a gráfico/a• Deseñador/a UI• Deseñador/a web• Animador/a 3D• Creador/a de contidos• Editor/a de vídeo• Responsable de proxectos• Community manager• Técnico/a de comunicación• Técnico/a de márketing	<ul style="list-style-type: none">• Persoal de atención ao cliente/público

As seguintes táboas ofrecen unha análise con maior grao de detalle da formación, coñecementos e competencias (técnicas e non técnicas) que na actualidade están a esixirse a estas tres categorías de postos de traballo (tanto os máis demandados na actualidade, como aos que se están transformando e en risco de desaparecer).

Esta análise realizouse a partir dos seguintes niveis de información:

- Revisión dos requisitos que se esixen en ofertas laborais
- Entrevistas con empresas do sector
- Análise de procesos das empresas do sector

REQUISITOS ESIXIDOS NAS OFERTAS LABORAIS DO SECTOR

Esta táboa inclúe un resumo dos **postos de traballo que máis se demandan na actualidade no sector industrias creativas**, así como o perfil de coñecementos e competencias que se lles esixe:

POSTOS DE TRABALLO MÁIS DEMANDADOS NA ACTUALIDADE				
Nome do posto	Titulación requirida	Coñecementos complementarios	Competencias dixitais	Soft skills
Deseñador/a gráfico	Estudos en comunicación Audiovisual, Deseño Gráfico ou similar	<ul style="list-style-type: none"> • Alto nivel de Inglés • Valorable coñecementos en Streamings (OBS) • Coñecementos de Edición Gráfica e Realización de Vídeo • Coñecementos en Xestión de Contidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento do paquete Adobe (Illustrator, Photoshop, InDesign etc) • Coñecementos en Márketing Dixital • Manexo avanzado das seguintes ferramentas: paquete Adobe (Illustrator, InDesign, Photoshop, Adobe Premiere e After Effects), PowerPoint, Final Cut, Mailchimp/Mailjet e WordPress 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e iniciativa • Habilidades comunicativas. Traballo en equipo • Flexibilidade, proactividade e iniciativa • Paixón polo mundo da innovación, tecnoloxía e emprendemento • Capacidade de atopar solucións creativas e radicalmente diferentes
Deseñador/a UI	Estudos en comunicación Audiovisual, Deseño Gráfico, Animacións 3D, Xogos e Contornas ou similar	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecementos ou experiencia creando gráficos de UI cunha identidade visual que encaixe co videoxogo en desenvolvemento • Coñecementos de artes tradicionais, incluíndo, pero non limitado ao debuxo de figuras e a ilustración • Coñecemento para creación de concept art con técnicas de ilustración e debuxo dixital • Inglés fluído • Manexo avanzado de Adobe Photoshop 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de técnicas de esculpido dixital con programas como ZBrush • Coñecemento de técnicas de modelado 3D con programas como Blender ou Maya • Coñecemento de sistemas de control de versións como subversión • Entendemento de técnicas gráficas de motores 3D (propiedades de texturas, materiais, shaders etc) 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e iniciativa • Habilidades comunicativas. Traballo en equipo • Flexibilidade, proactividade e iniciativa • Paixón polo mundo da innovación, tecnoloxía e emprendemento • Creatividade

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

POSTOS DE TRABALLO MÁIS DEMANDADOS NA ACTUALIDADE				
Nome do posto	Titulación requirida	Coñecementos complementarios	Competencias dixitais	Soft skills
Deseñador/a web	Estudos en Desenvolvemento web, comunicación Audiovisual, Deseño Gráfico ou similar	<ul style="list-style-type: none"> • Creación e edición de vídeo con Adobe Premiere e After Effects • Coñecementos de programas de presentación tales como PowerPoint, Prezi ou Keynote • Deseño, maquetación e desenvolvo web • Coñecementos sobre HTML e CSS • Coñecemento alto de inglés, valorable outros idiomas 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplo coñecemento de deseño e maquetación Web. Wordpress • Dominio do paquete Adobe (manexo avanzado de Illustrator, Photoshop e InDesign) • Coñecementos de Sketch, Figma ou Adobe XD 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidade e interese pola experiencia de usuario (UX) • Creatividade • Habilidades comunicativas. Traballo en equipo • Flexibilidade, proactividade e iniciativa
Responsable de proxectos	Grao en Xornalismo, Publicidade, Relacións Públicas, Márketing, Comunicación, ADE, Dereito ou áreas relacionadas	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento xeral das técnicas e servizos profesionais de consultoría, Xornalismo, Relacións Públicas, Comunicación e áreas afíns • Coñecemento ou experiencia en comunicación corporativa • Excelentes habilidades orais e escritas (inglés e español) • Sistemas de medición e reporting 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de habilidades de Community Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e iniciativa • Habilidades comunicativas. Traballo en equipo • Capacidade de análise aplicada • Habilidades interpersoais • Capacidade para traballar en múltiples tarefas e, ao mesmo tempo, baixo presión • Xestión de equipos • Flexibilidade, proactividade e iniciativa
Técnico de márketing	Licenciatura en márketing ou campo relacionado Título de Grao en Administración de Empresas, máster en Márketing	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en xestión de produtos e márketing de empresa a empresa • Nivel moi alto de inglés • Fortes habilidades de Microsoft Excel, Word e PowerPoint 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de ferramentas de márketing en liña utilizadas para crear e executar programas de márketing en liña (correo electrónico, seminarios web, redes sociais etc.) • Ferramentas CRM / Software de automatización de márketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade para analizar datos e utilizar os datos para impulsar a mellora continua do programa • Habilidades efectivas de comunicación verbal e escrita • Autonomía e iniciativa • Habilidades comunicativas • Traballo en equipo • Flexibilidade, proactividade e iniciativa

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

POSTOS DE TRABALLO MÁIS DEMANDADOS NA ACTUALIDADE				
Nome do posto	Titulación requirida	Coñecementos complementarios	Competencias dixitais	Soft skills
Técnico de comunicación	Licenciatura en Comunicación / Xornalismo	<ul style="list-style-type: none"> • Recomendable posgrao en comunicación corporativa • Paquete Office (Excel avanzado) • Nivel alto de inglés 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento avanzado de ferramentas de email márketing (Mailchimp/Mailjet, Google Analytics) • Canles de comunicación interna (intranet, newsletter etc.) • Dominio do paquete Office 365 (Microsoft Power Point, Word, Teams, Sharepoint etc.) • Coñecementos de programas de edición Adobe Creative Cloud (Premier, After Effects, Illustrator, Photoshop) 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade analítica e interese pola análise de datos • Habilidades comunicativas, de toma de decisións e con capacidade para xestionar proxectos • Autónomo/a e proactivo/a • Bo xestor/a do seu tempo e capaz de traballar baixo presión • Resolutivo/a, enfocado/a a resultados • Nivel de interlocución elevado • Innovador/a e creativo/a
Animador 3D	Estudos en comunicación Audiovisual, Deseño Gráfico, Animacións 3D, Xogos e Contornas ou similar	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecementos de artes tradicionais, incluíndo, pero non limitado ao debuxo de figuras e a ilustración • Coñecemento para creación de concept art con técnicas de ilustración e debuxo dixital • Inglés fluído • Manexo avanzado de Adobe Photoshop 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento avanzado de 3D Max 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Responsabilidade • Traballo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia
Creador de contidos	Estudos en Comunicación, Márketing Dixital, Deseño gráfico ou Licenciatura en Comunicación / Xornalismo	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecementos de software de deseño gráfico • Dominio do copywriting • Coñecementos de redacción • Coñecementos de fotografía • Valorable coñecemento de campañas de Branding e comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Novas ferramentas e aplicacións tecnolóxicas • Coñecementos do funcionamento de Instagram, Facebook, Tik-Tok, Youtube etc. • Dominio de Photoshop, edición de vídeo etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Responsabilidade • Traballo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia • Visión estratéxica, comercial e clara orientación a obxectivos • Emprendemento • Capacidade para asumir riscos

POSTOS DE TRABAJO MÁIS DEMANDADOS NA ACTUALIDADE				
Nome do posto	Titulación requirida	Coñecementos complementarios	Competencias dixitais	Soft skills
Community manager	Estudos en Comunicación Audiovisual, Márketing e publicidade ou Grao/licenciatura en xornalismo, publicidade, relacións públicas, comunicación audiovisual ou márketing	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de pack Adobe 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorable coñecemento de Figma, e de principios de SEO • Manexo de Photoshop, Lightroom e Bridge • Valorables coñecementos en ferramentas como facebook ads, google analytics, google trends, Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Adobe Illustrator, Mailchimp ou SEMrush 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividade • Organización • Responsabilidade • Traballo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia
Editor de vídeo	Estudos en Comunicación Audiovisual; Deseño Gráfico; Proxectos audiovisuais e espectáculos; Imaxe e Son ou similar ou Grao e/ou Licenciatura en Comunicación Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de paquete Adobe (Adobe Creative Suite, Adobe Premiere Prol e After Effects) • Coñecementos de montaxe, audio e corrección de cor • Coñecemento na edición por capas dunha imaxe • Soltura e rapidez na edición e motivación por experimentar de maneira proactiva • Dominio do inglés, valorable outros idiomas 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecementos en Motion Graphics • Coñecemento para traballar con Final Cut Prol, Corel VideoStudio, entre outros 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización e atención aos detalles • Capacidade de resolver problemas de forma creativa • Capacidade para manexar a tensión e interactuar cos demais de maneira profesional • Capacidade para realizar varias tarefas e establecer prioridades • Capacidade de traballo en equipo

POSTOS DE TRABAJO QUE PODEN DESAPARECER

Esta táboa inclúe un resumo dos **postos de traballo que poden desaparecer nun futuro**:

POSTOS DE TRABAJO QUE PODEN DESAPARECER	
Nome do posto	Proceso de transformación que están a sufrir
Persoal de atención ao cliente/público	Debido ás novas ferramentas dixitais de comunicación, así como plataformas de venda, está a reducirse o persoal de contacto directo con público, de atención ao cliente.

POSTOS DE TRABAJO QUE SE ESTÁN TRANSFORMANDO

Esta táboa inclúe un resumo dos **postos de traballo que se están transformando**:

Nome do posto	Proceso de transformación que están a experimentar
Todos os postos de traballo	Trátase dun sector en constante evolución que se debe adaptar ás novas tecnoloxías e ferramentas dixitais para o desenvolvemento do traballo.

4. DIAGRAMA DE EMPRESA

A continuación, detállanse o mapa de procesos de industrias creativas referente ao subsector de creación de contidos, nun esquema representativo dos principais procesos.

É un sector en constante evolución que debe adaptarse ás novas ferramentas dixitais que van implantándose, os postos de traballo atópanse en constante transformación. Por iso, expónse un único mapa de proceso actual e futuro.

Mapa de procesos e localización dos postos de traballo:



5. MATRIZ DE COMPETENCIAS, POSTOS E PROCESOS

A partir da análise de procesos, e dos postos de traballo (actuais e futuros) e do proceso de transformación que están a experimentar, elaborouse unha matriz que identifica, **para cada proceso produtivo**:


- A identificación do posto de traballo.
- O tipo de ocupacións asociadas, indicando se están en demanda actual, en risco de desaparición ou en proceso de transformación.
- A descrición do perfil de cada un deses postos, indicando:
 - A formación requirida
 - Os coñecementos complementarios actuais
 - Os coñecementos complementarios futuros
 - As competencias técnicas actuais
 - As competencias non técnicas (ou soft skills)


A táboa cruzada que se presenta obtívose cruzando as seguintes fontes de información:

- Ofertas laborais do sector
- Estudos e informes utilizados na fase 1 dos traballos
- Entrevistas con empresas e asociacións do sector para validar a información obtida

Para facilitar a lectura da táboa, o tipo de ocupación codificouse co seguinte código de cores:

 Demanda actual

 En risco de desaparición

 En proceso de transformación

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Procesos produtivos	Postos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)
Creación e de produción de contido	Deseñador/a gráfico	Demanda actual e en transformación	Estudios en comunicación Audiovisual, Deseño Gráfico ou similar	<ul style="list-style-type: none"> Alto nivel de inglés Valorables coñecementos en Streamings (OBS) Coñecementos de Edición Gráfica e Realización de Vídeo Coñecementos en Xestión de Contidos 	<ul style="list-style-type: none"> Coñecemento do paquete Adobe (Illustrator, Photoshop, InDesign etc.) Coñecementos en Márketing Dixital Manexo avanzado das seguintes ferramentas: paquete Adobe (Illustrator, InDesign, Photoshop, Adobe Premiere e After Effects), PowerPoint, Final Cut, Mailchimp/Mailjet e WordPress 	<ul style="list-style-type: none"> Deseño e adaptación de branded content. Creación de contido e adaptación para distintos medios (redes sociais, newsletters, campañas de email, landing pages, displays, banners etc.). Participación no deseño e desenvolvemento de campañas de márketing. Fotografía e retoque de material. Creando elementos gráficos para ser utilizados no UI, ademais de en manuais, portadas, iconas, banners ou outros gráficos promocionais para ser usados de forma dixital e impresa. Deseñar material gráfico corporativo, offline e online: campañas de email márketing, landing page, infografías, presentacións interactivas, newsletter... 	<ul style="list-style-type: none"> Autonomía e iniciativa Habilidades comunicativas. Traballo en equipo Flexibilidade, proactividade e iniciativa Paixón polo mundo da innovación, tecnoloxía e emprendemento Capacidade de atopar solucións creativas e radicalmente diferentes
Creación e de produción de contido	Deseñador/a UI	Demanda actual e en transformación	Estudios en comunicación Audiovisual, Deseño Gráfico, Animacións 3D, Xogos e Contornas ou similar	<ul style="list-style-type: none"> Coñecementos ou experiencia creando gráficos de UI cunha identidade visual que encaixe co videoxogo en desenvolvemento. 	<ul style="list-style-type: none"> Coñecemento de técnicas de esculpido dixital con programas como ZBrush. Coñecemento de técnicas de modelado 3D con 	<ul style="list-style-type: none"> Deseñar a interface de usuario (UI) Selección de cores, tipografía ou composición do produto dixital. Plasmar a idea do deseñador gráfico con desenvolvemento en linguaxes como HTML e CSS. 	<ul style="list-style-type: none"> Autonomía e iniciativa Habilidades comunicativas. Traballo en equipo Flexibilidade, proactividade e iniciativa

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Procesos productivos	Postos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)
				<ul style="list-style-type: none"> • Coñecementos de artes tradicionais, incluíndo pero non limitado ao debuxo de figuras e a ilustración. • Coñecemento para creación de concept art con técnicas de ilustración e debuxo dixital. • Inglés fluído. • Manexo avanzado de Adobe Photoshop. 	<ul style="list-style-type: none"> • programas como Blender ou Maya • Coñecemento de sistemas de control de versións como subversión • Entendemento de técnicas gráficas de motores 3D (propiedades de texturas, materiais, shaders etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear gráficos de UI cunha identidade visual. • Realizar test de usuario para optimizar fluxos e detectar erros. • Definición dos procesos de conceptualización e wireframe. • Deseño UI das distintas pantallas seguindo criterios funcionais e guidelines. • Seguimento de proxectos, planificación e comunicación constante co cliente funcional. • Desenvolvemento de prototipos navegables e interaccións. 	<ul style="list-style-type: none"> • Paixón polo mundo da innovación, tecnoloxía e emprendemento • Creatividade
Creación e produción de contido web	Deseñador/a web	Demanda actual e en transformación	Estudios en Desenvolvemento web, comunicación Audiovisual, Deseño Gráfico ou similar	<ul style="list-style-type: none"> • Creación e edición de vídeo con Adobe Premiere e After Effects • Coñecementos de programas de presentación tales como PowerPoint, Prezi ou Keynote • Deseño, maquetación e desenvolvo web • Coñecementos sobre HTML e CSS • Coñecemento alto de inglés, valorable outros idiomas 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplo coñecemento de deseño e maquetación Web. Wordpress • Dominio do paquete Adobe (manexo avanzado de Illustrator, Photoshop e InDesign) • Coñecementos de Sketch, Figma ou Adobe XD 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvemento de proxectos de deseño, branding, web, ilustración e márketing. • Deseño de interacción, testing, deseño multidispositivo e service design. • Programar con PHP Orientado a Obxectos (OOP). • Xestión de ferramentas de deseño de interface: Sketch, Figma e Principle. • Levar a cabo e traballar con desenvolvedores front-end. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidade e interese pola experiencia de usuario (UX) • Creatividade • Habilidades comunicativas. Traballo en equipo • Flexibilidade, proactividade e iniciativa

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Procesos productivos	Postos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)
Creación e produción de contido	Animador 3D	Demanda actual e en transformación	Estudos en comunicación Audiovisual, Deseño Gráfico, Animacións 3D, Xogos e Contornas ou similar	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecementos de artes tradicionais, incluíndo, pero non limitado ao debuxo de figuras e a ilustración • Coñecemento para creación de concept art con técnicas de ilustración e debuxo dixital • Inglés fluído • Manexo avanzado de Adobe Photoshop 	Coñecemento avanzado de 3D Max	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de personaxes (concept, modelado, texturizado, riggeado...). • Creación de escenas animadas. • Participación na produción de videoxogos para varias plataformas. • Contribuír de forma eficaz ao fluxo artístico e ás limitacións das plataformas. • Deseñar e ilustrar produto e contido para redes sociais. • Adaptación de animacións. 	
Creación e produción de contido	Creador de contidos	Demanda actual e en transformación	Estudos en Comunicación, Márketing Dixital, Deseño gráfico ou Licenciatura en Comunicación / Xornalismo	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecementos de software de deseño gráfico • Coñecementos do funcionamento de Instagram, Facebook, Tik-Tok, Youtube etc. • Dominio de Photoshop, edición de vídeo etc. • Dominio do copywriting • Coñecementos de redacción • Coñecementos de fotografía • Valorable coñecemento de campañas de Branding e comunicación 	Novas ferramentas e aplicacións tecnolóxicas	<ul style="list-style-type: none"> • Creador/a de o contido e creatividade. • Relación con Influencers. • Colaboracións con outras empresas. • Publicacións orgánicas en redes sociais. • Xestión dos valores da marca. • Redacción e corrección de publicacións para todas as canles web e social. • Xestión de comunidades en redes e blog. • Apoio e soporte nas tarefas para seguir o plan de márketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Responsabilidade • Traballo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia • Visión estratéxica, comercial e clara orientación a obxectivos • Emprendemento • Capacidade para asumir riscos

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Procesos productivos	Postos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)
Creación e produción de contido	Editor de vídeo	Demanda actual e en transformación	Estudos en Comunicación Audiovisual; Deseño Gráfico; Proxectos audiovisuais e espectáculos; Imaxe e Son ou similar ou Grao e/ou Licenciatura en Comunicación Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de paquete Adobe (Adobe CreativeSuite, Adobe Premiere Pro e After Effects) • Coñecementos de montaxe, audio e corrección de cor • Coñecemento na edición por capas dunha imaxe • Coñecementos en Motion Graphics • Coñecemento para traballar con Final Cut Pro, Corel VideoStudio, entre outros • Dominio do inglés, valorable outros idiomas 	<ul style="list-style-type: none"> • Novas ferramentas e aplicacións tecnolóxicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Edición e posprodución de vídeo. • Responsable da calidade visual (corrección de luz e cor) e sonora. • Axuste e optimización dos vídeos nos formatos adecuados aos diferentes soportes e canles necesarias. • Xestionar as necesidades de produción de vídeo para distintos, a edición, o deseño de movemento, a codificación, a gradación da cor e a adaptación da cor. • Crear proxectos para varias plataformas, incluíndo sitios web e páxinas de medios sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización e atención aos detalles • Capacidade de resolver problemas de forma creativa • Capacidade para manexar a tensión e interactuar cos demais de maneira profesional • Capacidade para realizar varias tarefas e establecer prioridades • Capacidade de traballo en equipo
Toda a cadea de valor	Responsable de proxectos	Demanda actual e en transformación	Grao en Xornalismo, Publicidade, Relacións Públicas, Márketing, Comunicación, ADE, Dereito ou áreas relacionadas	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento xeral das técnicas e servizos profesionais de consultoría, Xornalismo, Relacións Públicas, Comunicación e áreas afíns • Coñecemento ou experiencia en comunicación corporativa • Excelentes habilidades orais e escritas (inglés e español) 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de habilidades de Community Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio a clientes e equipo de traballo e coordinador entre eles. • Xestión de proxectos desde a súa concepción ata a súa finalización. • Xestión de medios de comunicación. • Coordina e executa reunións e eventos dos clientes. • Investigación, estratexia e preparación de novas propostas de negocios. • Xestión de sesións de brainstormings. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e iniciativa • Habilidades comunicativas. Traballo en equipo • Capacidade de análise aplicada • Habilidades interpersoais • Capacidade para traballar en múltiples tarefas e, ao mesmo tempo, baixo presión • Xestión de equipos • Flexibilidade, proactividade e iniciativa

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Procesos productivos	Postos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)
						<ul style="list-style-type: none"> • Xerar sistemas de medición e reporting. 	
Promoción e comercialización	Técnico de márketing	Demanda actual e en transformación	<p>Licenciatura en márketing ou campo relacionado</p> <p>Título de Grao en Administración de Empresas, máster en Márketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en xestión de produtos e márketing de empresa a empresa • Nivel moi alto de inglés • Fortes habilidades de Microsoft Excel, Word e PowerPoint 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de ferramentas de márketing en liña utilizadas para crear e executar programas de márketing en liña (correo electrónico, seminarios web, redes sociais etc.) • Ferramentas CRM / Software de automatización de márketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver un plan de márketing. • solucións de Comunicacións Unificadas. • Centrarse nas campañas e programas. • Desenvolver un plan de márketing dixital. • Coordinar axencias de márketing. • Crear, desenvolver e executar eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade para analizar datos e utilizar os datos para impulsar a mellora continua do programa • Habilidades efectivas de comunicación verbal e escrita • Autonomía e iniciativa • Habilidades comunicativas. • Traballo en equipo • Flexibilidade, proactividade e iniciativa
Promoción e comercialización	Técnico de comunicación	Demanda actual e en transformación	<p>Licenciatura en Comunicación / Xornalismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recomendable posgrao en comunicación corporativa • Paquete Office (Excel avanzado) • Nivel alto de inglés 	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento avanzado de ferramentas de email márketing (Mailchimp/Mailjet, Google Analytics) • Canles de comunicación interna (intranet, newsletter etc.) • Dominio do paquete Office 365 (Microsoft Power Point, Word, Teams, Sharepoint etc.) • Coñecementos de programas de edición Adobe 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver e implementar a estratexia de comunicación. • Xestión e implementación de proxectos de comunicación a nivel interno (compromiso, recoñecemento, eventos...). • Definición e execución de calendario editorial. Desenvolvemento de contidos para audiencias internas (intranet, comunicados, chat, rede social...). • Deseño e desenvolvemento de campañas, integrando canles on e off. • Desenvolvemento, seguimento e análise de KPIs (Dashboard). 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade analítica e interese pola análise de datos • Habilidades comunicativas, de toma de decisións e con capacidade para xestionar proxectos • Autónomo/a e proactivo/a • Bo xestor/a do seu tempo e capaz de traballar baixo presión • Resolutivo/a, enfocado/a en resultados • Nivel de interlocución elevado • Innovador/a e creativo/a

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Procesos productivos	Postos	Tipo de ocupación	Perfil profesional				
			Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)
						Creative Cloud (Premier, After Effects, Illustrator, Photoshop)	
Promoción e comercialización	Community manager	Demanda actual e en transformación	Estudios en Comunicación Audiovisual, Márketing e publicidade ou Grao/licenciatura en xornalismo, publicidade, relacións públicas, comunicación audiovisual ou márketing	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento de pack Adobe • Valorable coñecemento de Figma, e de principios de SEO • Manexo de Photoshop, Lightroom e Bridge • Valorables coñecementos en ferramentas como facebook ads, google analytics, google trends, Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Adobe Illustrator, Mailchimp ou SEMrush 	<ul style="list-style-type: none"> • Novas ferramentas e aplicacións tecnolóxicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptualizar, planificar e deseñar estratexias de redes sociais (linkedin, instagram, facebook, twitter e tiktok) para as diferentes canles. • Creación de contidos para blog. • Seguimento e monitoraxe con análise e medición dos resultados. • Desenvolver, executar e posuír o calendario de contido diario, semanal. • Xestión de newsletters e campañas dixitais. • Administrar calendarios e planificar os programas de contido para garantir a publicación oportuna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividade. • Organizació • Responsabilidade • Traballo en equipo • Habilidades comunicativas • Autonomía e iniciativa propia
Comercialización	Servizo de atención ao cliente	En risco de desaparición	Formación profesional en Administración e Finanzas	Coñecementos de informática nivel usuario	Novas ferramentas de xestión	Funcións de atención ao cliente, cobranzas, ingresos e xestión de contas.	Habilidades de comunicación e empatía Orientación ao cliente Ganas de aprender