

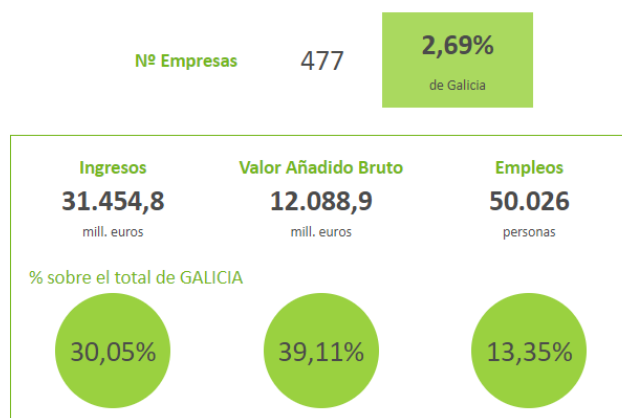
# PERFILES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL SECTOR TEXTIL Y MODA



<b>1. EL MERCADO LABORAL DEL SECTOR TEXTIL Y MODA EN GALICIA.....</b>	<b>3</b>
<b>2. PROSPECTIVA DEL MERCADO LABORAL EN EL SECTOR TEXTIL Y MODA.....</b>	<b>4</b>
<b>3. EVOLUCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO EN EL SECTOR TEXTIL Y MODA.....</b>	<b>7</b>
<b>4. DIAGRAMA DE EMPRESA.....</b>	<b>14</b>
<b>5. MATRIZ DE COMPETENCIAS, PUESTOS Y PROCESOS:.....</b>	<b>16</b>

# 1. EL MERCADO LABORAL DEL SECTOR TEXTIL Y MODA EN GALICIA

Según datos del Ministerio de Industria, el **sector textil y moda en Galicia hoy emplea a aproximadamente 50.026**. Esto supone un **13,35% del total de empleos gallegos** que desarrollan su actividad en 477 empresas de diferentes subsectores,



Fuente. Informe ARDAN, Referencias Sectoriales de Galicia. Año 2020. Consorcio de la Zona Franca de Vigo.

A continuación, se presentan los **subsectores** analizados para obtener los datos indicados:

## Actividades del Sistema Productivo analizadas (actividades con + de 4 empresas)

- Confección de otras prendas de vestir (ropa interior, bebés...)
- Confección de prendas de vestir exteriores
- Confección de ropa de trabajo
- Fabricación de otros pdtos. textiles, excepto prendas de vestir (alfombras, moquetas...)
- Industria del cuero y del calzado
- Mayoristas de calzado
- Mayoristas de cueros y pieles
- Mayoristas de textiles y prendas de vestir
- Mercerías y otros productos textiles
- Minoristas de prendas de vestir y complementos
- Preparación, fabricación y acabado de textiles
- Zapaterías y otros artículos de cuero

Fuente. Informe ARDAN, Referencias Sectoriales de Galicia. Año 2020. Consorcio de la Zona Franca de Vigo.

Se identifican 3 subsectores que concentran el 66,7% de las empresas del sector textil y moda. Estos son:

- minoristas de prendas de vestir y complementos
- mayoristas de textiles y prendas de vestir
- confección de prendas de vestir exteriores

En términos de empleo, son igualmente los sectores que concentran un mayor número de empleos en Galicia. Los minoristas de prendas de vestir contratan a 32.271 empleados lo que representa un 64.51%, seguido de la confección de prendas de vestir con 8.068 empleos suponiendo un 16.13%, y los mayoristas de textiles y prendas de vestir que cuentan con el 6.46% de los empleos del sector en Galicia.

En términos de facturación, son las provincias de Pontevedra y A Coruña las que cuentan con el mayor número de entidades:

	A CORUÑA	LUGO	OURENSE	PONTEVEDRA
Empresas	207	40	50	180
VAB (cf)	11.753,2 mill. euros	9,9 mill. euros	163,3 mill. euros	162,4 mill. euros

VAB por Comarcas

*Fuente. Informe ARDAN, Referencias Sectoriales de Galicia. Año 2020. Consorcio de la Zona Franca de Vigo*

## 2. PROSPECTIVA DEL MERCADO LABORAL EN EL SECTOR TEXTIL Y MODA.

### Contexto del mercado laboral en el sector textil y moda

Tal y como se expone en el estudio “Informe del Sector Moda en España” elaborado por la consultora Ernst & Young (EY), la moda es uno de los pilares de la economía española, representando un 2,8% del PIB nacional. Contribuye a dinamizar la actividad económica a través de 20.000 empresas en el sector industrial y más de 60.000 puntos de venta, que emplean a 130.000 y 200.000 personas, respectivamente. La contribución total al empleo, incluyendo actividades externas vinculadas al sector, alcanza el 4,1% del mercado laboral nacional.

Por otro lado, y relacionado con el empleo, el sector de la moda y textil contribuye a hacer frente a tres grandes desafíos sociales de nuestro país, y esos son:

- La descentralización de la actividad productiva. Genera empleo en numerosos municipios que no son grandes ciudades, de hecho, el 70% del empleo en la industria textil española se concentra en municipios de baja densidad demográfica.
- La inserción laboral de la mujer. Las mujeres representan más del 50% del empleo tanto en la industria textil y del calzado como en el comercio de moda. Además, las empresas líderes del sector son un referente en materia de igualdad de género, contando con más del 60% de mujeres en puestos directivos y mandos intermedios.
- Inserción laboral de colectivos vulnerables. Representa una oportunidad laboral para personas en riesgo de exclusión social, trabajadores no cualificados y graduados de ciclos de formación

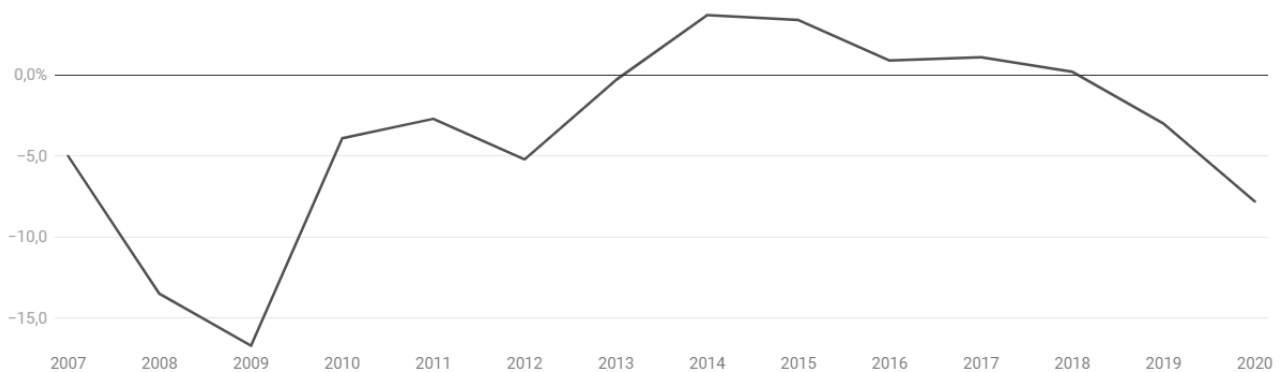
profesional. Por otro lado, empresas como El Corte Inglés o Inditex ya han firmado convenios con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para fomentar la inserción laboral de mujeres víctimas de violencia machista.

Sin embargo, cabe destacar que el sector industrial textil ha sido uno de los sectores que más ha sufrido las consecuencias devastadoras de la pandemia sanitaria que comenzó en marzo de 2020. En materia de empleo, se prevé que el sector comience a recuperarse a partir del 2022, si bien la concentración del empleo entre las grandes empresas provocará que las condiciones del trabajador empeoren sustancialmente.

Según los datos de afiliación a la Seguridad Social publicados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, el textil, la confección y el calzado empleaban a cierre de 2020 a 126.594 personas, un 7,8% menos que el año anterior. El 2020 es el primer año en registrar menos empleo y más paro con respecto al año anterior desde el 2014, cuando comenzaron a recuperarse las cifras tras la crisis económica que asoló al tejido empresarial en 2008.

### Evolución del número medio de afiliados a la Seguridad Social

Variación interanual, en porcentaje



*Fuente. Elaborado por modaes a partir de datos extraídos de la Seguridad Social*

El subsector del calzado fue el que ha experimentado una mayor destrucción del empleo en 2020, con un descenso en los ocupados del 16,8%, seguido por la confección que destruyó el 6,2% de su plantilla.

La industria gallega del textil lleva cuatro décadas con dos polos diferenciados, la gran empresa textil gallega que incrementa sus mercados y ventas cada año, y en el otro polo las que, con dificultades, aún mantienen más de medio millar de pequeñas y medianas empresas, y de las que viven directamente 9.000 familias.

Sin embargo, la crisis sanitaria por covid-19 ha afectado a ambos, si bien las pequeñas y medianas textiles se han visto más afectados.

Para el medio millar largo de pequeñas y medianas empresas textiles que conforman el sector gallego las pérdidas han sido demoledoras. Solo en el mercado nacional, las firmas asociadas a Cointega (la patronal gallega del textil), que en el año 2019 sumaban una facturación conjunta cercana a los 1.500 millones de euros, se han dejado un 40 % de las ventas solo en el mercado nacional, que se traduce en alrededor de 600 millones de euros de caída de la facturación en España.

El mercado español, ha sido el que más ha lastrado las cuentas del textil gallego pero la comparativa por países confirma que la crisis del coronavirus se ha cebado con el sector en todos los mercados internacionales en los que está presente. El resto de los países muestran caídas de las ventas del textil gallego de dos dígitos.

Al cierre del 2020, las grandes empresas del sector textil de Galicia comunicaban un retroceso significativo en su facturación, si bien coinciden en su crecimiento entorno a un 60 % en e-commerce.

La analítica de datos y el Big Data son una tendencia de alto impacto en el sector textil-moda que permite a las empresas del sector detectar tendencias y lograr de este modo conectar con su potencial consumidor, diseñando prendas ajustadas a sus necesidades y adelantándose a las tendencias globales. La asociación gallega del sector, COINTEGA, apuesta por la formación de sus asociados en estas herramientas para mejorar la situación del sector.

### Previsión de empleo

Se prevé que las cifras de empleo no se recuperen del todo hasta que se produzca la vuelta a las oficinas del 100% de los trabajadores que se encuentran en situación de teletrabajo, y las compras en establecimientos físicos recuperen sus cifras previas a la pandemia sanitaria. Sin embargo, son numerosos los expertos que aseguran que, aunque se alcance una nueva normalidad, las tendencias en el consumo seguirán inclinándose por el comercio electrónico y más gracias a las facilidades que las empresas líderes del sector han puesto en manos de los consumidores con el objetivo de intentar mantener sus cifras de facturación.

Según informan la consultora Dipcom Corporate y la patronal Acotex, la crisis del sector textil se ha iniciado varios años antes que la pandemia y ésta ha agudizado la difícil situación que ya se atravesaba. El sector podría finalizar 2021 con tan solo 100.000 puestos textiles, frente a los 200.000 existentes a comienzos de 2020, al igual que se verá mermado el número de empresas.

Esto ha provocado que los pequeños comercios pierdan competitividad en el sector y, en muchas ocasiones, vean forzado su cierre con los despidos correspondientes.

En los próximos años se apreciará una concentración del empleo entre las empresas líderes del sector con una tendencia hacia la contratación directa o indirecta (a través de proveedores) de perfiles tecnológicos, tanto expertos en análisis de datos, como marketing digital y social media.

En Galicia, el secretario general del Clúster del Textil, Alberto Rocha, manifestaba a principios del segundo semestre de 2021, que la previsión de empleo es pesimista, estimando una pérdida de 30.000 empleos después de los ERTE provocados por la pandemia por COVID-19, al igual que prevé la desaparición de empresas en Galicia.

La tendencia es hacia un cambio de modelo negocio, que afecta sobre todo al comercio físico. El secretario general de COINTEGA indica que esto es debido al cambio en los hábitos de compra. Hay un cambio de tendencia que viene motivado por la situación de crisis sanitaria vivida en 2020 y 2021. Esto llevará al cierre de los negocios a pie de calle y en los centros comerciales, y los que se mantengan deberán adaptarse, las tiendas físicas, el comercio, deberá adaptarse al cliente y ser prestador de servicio. Por ello, se estima que la pérdida del empleo del sector afecte principalmente al comercio minorista, poniendo en riesgo los puestos de dependiente/a.

Desde el Cluster, se estima que los puntos de venta pasarán a ser punto de asesoramiento personalizado para suministrar al cliente lo que necesite, esté o no en ese momento en la tienda. Esto va vinculado a una

innovación tecnológica en el área logística y a una interconectividad de los puntos de venta y los proveedores del sector textil. Un elemento clave en la gestión eficiente de los negocios pasará por ajustar sus stocks a los nuevos hábitos de compra, que tienden a la compra on line.

En este proceso de transformación Cointega apuesta por la innovación entre sus asociados. Por ello participa en el focus group "O apoio á innovación e ao emprendemento", que forma parte del proceso de definición de la RIS3 de Galicia para el período 2021-2027 para saber la demanda de conocimiento y tecnología en el ecosistema de I+D+i de Galicia.

### 3. EVOLUCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO EN EL SECTOR TEXTIL Y MODA

El sector textil y moda está experimentando cambios tanto a nivel social como tecnológico, tal y como les ocurre a otros sectores relacionados con la industria, por lo que es indispensable que las empresas evolucionen para satisfacer las necesidades que se están generando entre sus clientes. Estos cambios relacionados con las tendencias de consumo requieren que las empresas contraten profesionales capaces de sacar el máximo partido a las nuevas herramientas digitales y tecnológicas que prometen optimizar procesos y aumentar la eficiencia.

Desde perfiles más cualificados como los diseñadores de moda, hasta los operarios de plantas productivas deben adaptar su formación y experiencia a las exigencias de la transformación digital que pasa, tanto por el marketing digital y social media, como por la automatización de procesos a través de maquinaria de perfil tecnológico. También se trata de un sector donde la logística juega un papel de vital importancia, por lo que las empresas ya están elaborando planes estratégicos donde incluir tecnologías emergentes como la logística avanzada y la conectividad.

La introducción de nuevas máquinas de confección y procesos innovadores de producción ha provocado que uno de los perfiles que será más demandado en un futuro a corto plazo es el de tecnólogo textil, responsable de desarrollar y supervisar el sistema de producción textil según el sistema de calidad. Teniendo en cuenta la implantación de la Industria 4.0, es esencial contar con un perfil que contribuya al desarrollo de nuevas colecciones e implemente las nuevas tendencias sobre hilos, estructuras, tratamientos superficiales y tecnologías de producción para garantizar un valor añadido a los productos. Esto afectará al puesto de Ingeniero de proyectos y patronistas.

La introducción de las TIC llega con metodologías de trabajo colaborativas, y las herramientas digitales que le dan soporte. En el desarrollo de una nueva colección o producto intervienen diferentes agentes, desde el diseñador, patronista, comprador, etc. implicados en mayor o menor grado en alguna de sus fases, desde el planteamiento inicial (diseño) hasta las etapas finales de producción de las muestras, pasando por los distintos momentos del proceso de adquisición de materias primas y proveedores. Para coordinar el esfuerzo conjunto de todos ellos y la consulta en tiempo real de cualquier actuación, surge una metodología colaborativa destinada a visualizar, coordinar, simular y optimizar proyectos, colecciones o productos.

El sector textil y moda en Galicia se enfrenta en la actualidad a un proceso de transformación que lleva consigo la **transformación de algunos puestos de trabajo**, tal y como representa la siguiente figura:

**Puestos de trabajo más demandados actualmente:**

- Patronista
- Operario textil
- Operario de almacén
- Responsable de marketing
- Gestor e-commerce

**Puestos de trabajo que pueden desaparecer:**

- Dependiente/a

**Puestos de trabajo que se están transformando:**

- Diseñador/a
- Patronista
- Ingeniero de proyectos
- Encargado de almacén
- Responsable de marketing
- Técnico de marketing
- Gestor e-commerce

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 categorías de puestos de trabajo (tanto los más demandados en la actualidad, como a los que se están transformando 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.



ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

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

<b>PUESTOS DE TRABAJO MÁS DEMANDADOS EN LA ACTUALIDAD</b>				
<b>Nombre del puesto</b>	<b>Titulación universitaria requerida</b>	<b>Conocimientos complementarios</b>	<b>Competencias digitales</b>	<b>Soft skills</b>
<b>Patronista</b>	Formación Profesional de Grado Superior o medio en la rama textil, confección industrial, patronaje y moda. Curso de patronista y confección	Conocimientos en diseño de moda Conocimientos de telas en general. Valorable: curso de patronista industrial. Conocimientos y manejo de programas de patronaje.	Conocimiento sobre nuevas tecnologías y herramientas tecnológicas: conocimientos y manejo de programas de patronaje. Programas de Diseño asistido por Ordenador	Trabajo en equipo, proactividad, organización, dinamismo, orientación a la gestión y a resultados, orientación al cliente, comunicación eficaz y motivación por la mejora continua.
<b>Operario textil</b>	No requerida	Formación y experiencia en el sector. Valorable: Conocimientos de corte con patrones Manejo de máquina vertical y plana Experiencia en máquina de corte automática, remalladora o plancha Experiencia en uso de PDA	No requerida	Habilidades prácticas y destreza manual. Adaptabilidad, trabajo en equipo y orientación a resultados Compromiso y responsabilidad, buena actitud.
<b>Responsable de marketing</b>	Grado universitario. Master en Marketing.	Community manager. Dominio avanzado en diseño gráfico Conocimiento alto de inglés	Herramientas de Business Intelligence y CRM Análisis de datos- Big Data	Creatividad, dinamismo, organización, capacidad analítica y con capacidad de gestionar y trabajar en equipo. Capacidad de organización y orientación al cliente

<b>PUESTOS DE TRABAJO MÁS DEMANDADOS EN LA ACTUALIDAD</b>				
<b>Nombre del puesto</b>	<b>Titulación universitaria requerida</b>	<b>Conocimientos complementarios</b>	<b>Competencias digitales</b>	<b>Soft skills</b>
<b>Operario de almacén</b>	No requerida	Manejo uso de PDA Curso de carretillero	No requeridas	Proactividad, responsabilidad y polivalencia
<b>Gestor e-commerce</b>	Grado o titulación superior, preferiblemente en Marketing, Gestion comercial, ADE. Publicidad, Data o similar. Se valora master de especialización y experiencia en gestión de eCommerce	Community manager. Dominio avanzado en diseño gráfico Conocimiento alto de inglés Buen conocimiento de Wordpress Conocimientos en marketing digital, ventas y RRSS. Conocimiento/experiencia en el uso de herramientas de monitorización y programación de contenidos, herramientas de Marketing Digital, RRSS, Analítica Web.	Conocimiento funcional del SEM, así como ecosistemas digitales a nivel de landing, promociones, modificaciones de procesos, funcionamiento de canales, etc. Conocimientos SEO, SEM, Mailing, Google Tag, Google AdWords, Sheets, Big Query y SQL Herramientas de visualización de datos	Actitud positiva, iniciativa, innovación, capacidad de análisis, comunicación creatividad, dinamismo, organización, capacidad analítica, orientación a resultados y orientación al cliente.

### **PUESTOS DE TRABAJO QUE PUEDEN DESAPARECER**

Esta tabla incluye un resumen de los **puestos de trabajo que pueden desaparecer en un futuro, así como una estimación del número de trabajadores que podrían verse afectados por ello:**

<b>PUESTOS DE TRABAJO QUE PUEDEN DESAPARECER</b>		
<b>Nombre del puesto</b>	<b>Proceso de transformación que están sufriendo</b>	<b>Estimación del número de puestos de trabajo afectados</b>
<b>Dependiente/a</b>	Los hábitos de consumo están cambiando y esto afecta directamente a los puestos de venta directa al cliente final. No se prevé que el puesto desaparezca, pero si se verá mermado el número de puestos de trabajo, dado que la tendencia es hacia la compra en plataformas de venta on line, situación que se ha agudizado con la crisis sanitario por COVID-19	En base al análisis realizado entre empresas del sector se estima que entorno a un 30% de los empleos. Esto implica, que, de los 50.026 empleos en activo del sector textil y moda, aproximadamente 15.000 están en la actualidad ocupados personal de tienda 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**, así como una **estimación del número de trabajadores en activo que podrían estar afectados por estos procesos de transformación**:

<b>Puestos de trabajo que se están transformando</b>		
<b>Nombre del puesto</b>	<b>Proceso de transformación que están sufriendo</b>	<b>Estimación del número de puestos afectados</b>
<b>Diseñador/a</b>	Debido a la transformación tecnológica que está experimentando el sector, este tipo de perfiles deberán mantenerse en constante formación ligado sobre todo a la innovación tecnológica y al uso de herramientas digitales y de metodología de trabajo colaborativa.	Pueden verse afectados el 5% de los empleos del sector textil y moda
<b>Patronista</b>	Al igual que los anteriores, este perfil debe incorporar conocimientos en herramientas digitales de gestión de datos, ERPs y sistemas de información integrados, así como programas digitales de diseño y patronaje que elaboren patrones en menor tiempo y haciendo uso de menos material, lo que juega en favor de la productividad	Pueden verse afectados el 2.5% de los empleos del sector textil y moda
<b>Responsable de marketing</b>	Actualmente es de especial importancia para las empresas del sector textil y moda mantener una sólida imagen de marca, sobre todo en entornos digitales, razón por la cual los especialistas en marketing digital, redes sociales y el comercio electrónico se han vuelto imprescindibles en las empresas del sector. La adaptación de este puesto a las nuevas herramientas digitales en marketing es una prioridad actual y continua	Pueden verse afectados el 1% de los empleos del sector textil y moda

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

<b>Técnico de marketing digital</b>	Si bien es un puesto que debe adaptarse a las nuevas herramientas digitales, actualmente en un porcentaje alto de empresas, principalmente pymes, este perfil es subcontratado a proveedores especialistas	No aplica por ser un perfil subcontratado a proveedores. Se estima que puede suponer el 2% de los empleos futuros del sector.
<b>Gestor e-commerce</b>	A pesar del crecimiento del comercio electrónico en los últimos años (y acentuándose especialmente durante la pandemia sanitaria y el confinamiento), que los espacios físicos en que los productos se venden hablen de la cultura de la marca y optimicen tanto el espacio como la imagen que proyectan, es especialmente valorado por las empresas en la actualidad. Este puesto debe adaptarse a las nuevas plataformas y herramientas de venta on line, se trata en realidad de un puesto de nueva creación asociado a los nuevos hábitos de compra.	Se trata de un puesto de reciente creación y en desarrollo. Las pymes en la actualidad tienen a subcontratar los servicios de un proveedor para la prestación de los servicios del puesto de gestor e-commerce.  Se estima que puede suponer el 1% de los empleos futuros del sector.
<b>Encargado de almacén</b>	Debido a las nuevas tecnologías en el sector logístico y los nuevos hábitos de compra a través de plataformas digitales, este puesto debe adaptarse a las nuevas herramientas de gestión logística	Pueden verse afectados el 1% de los empleos del sector textil y moda
<b>Ingeniero/a de proyectos</b>	La industria textil es uno de los sectores con mayores cifras de contaminación, y la tendencia hacia la sostenibilidad, tanto en materiales como en procesos, ha provocado que las empresas (sobre todo las de mayor tamaño) quieran contar con perfiles especialistas en el desarrollo de negocio de forma sostenible y familiarizados con la responsabilidad social corporativa. Así mismo, debe adaptarse a las nuevas tecnologías y proyectos.	Pueden verse afectados el 1% de los empleos del sector textil y moda

## 4. DIAGRAMA DE EMPRESA

El siguiente mapa representa un esquema de procesos representativo del sector textil y moda, incluyendo los principales procesos de la cadena de valor del sector.

Se ubican los puestos de trabajo en cada una de las fases que están relacionadas con la producción

### Mapa de procesos y ubicación de los puestos de trabajo en la actualidad:



### Mapa de procesos y ubicación de los puestos de trabajo en el futuro:



Los principales cambios que se van a producir en el sector y que transforman los mapas de procesos actuales y futuro, afectan a los siguientes puestos de trabajo:




- En el área de diseño: **Diseñador/a y patronista** deben incorporar conocimientos en herramientas digitales de gestión de datos, metodología colaborativa, conocimientos de programas y aplicaciones de diseño y patronaje digital.
- En el área de producción: **Ingeniero/a de proyectos** debe incorporar conocimientos en nuevas tecnologías de producción y proyectos, sostenibilidad y economía circular, así como herramientas digitales de gestión de datos, Big Data, ERPs y sistemas de información integrados.
- En el proceso de almacén y logística, el **encargado de almacén** debe adaptarse a las nuevas herramientas de gestión logística, encaminadas a la mejora del proceso y adaptación a la nueva sistemática de venta.
- En los procesos de venta, el puesto de **dependiente/a** es el que se encuentra en riesgo de desaparición debido a los nuevos hábitos de consumo como puede ser la compra a través de plataformas on line.
- En el proceso de venta actual y futuro, juega un papel importante el **gestor/a e-commerce**, nuevo perfil en constante transformación adaptándose a las nuevas herramientas y estrategias de venta on line.
- En la cadena de valor, los puestos transversales asociados al departamento de marketing, **responsable y técnico/a de marketing**, son perfiles en constante transformación adaptándose a las nuevas herramientas digitales. Si bien cabe mencionar, que actualmente los perfiles de técnicos de marketing están siendo subcontratados por las pequeñas y medianas empresas.

## 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)

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)
Diseño	Diseñador/a	En transformación	Grado en Diseño de moda. Formación profesional (ciclo superior) en diseño de moda o patronaje y moda,	Formación en patronaje Valorable: master o cursos de especialización en diseño textil (ej. Diseño Textil y de Superficies, Diseño de Moda, Fashion Styling and Communication, Accessories Design, Tecnología e Innovación Textil, Diseño Digital Aplicado a la Moda)	Formación en sistemas de gestión/herramientas digitales de metodología colaborativa. Conocimientos/formación en programas digitales de diseño (ej. Illustrator, Photoshop, Lightroom, CaptureOne Avanzado, Prestashop, Modelado poligonal con software 3D)	Creación y desarrollo de producto, panel de tendencias y colección. Desarrollo de prendas. Interpretación de tendencias de temporada. Proyección de colecciones en vestido y complementos. Colaboración en la selección de la paleta de colores, tejidos, fornituras, volúmenes y looks representativos para cada campaña. Entender y conceptualizar el target de los clientes, en cuanto a gustos y preferencias para realizar las colecciones. Desarrollo de muestras, elaborando las correspondientes fichas técnicas y supervisando las posibles modificaciones de producción Presentar la colección al cliente, trabajar sobre feedback y mantener buenas relaciones con los clientes. Conocimiento y capacidad de análisis e identificación de las tendencias globales de moda. Comunicación y negociación interna con departamentos transversales	Compromiso, implicación, proactividad, dinamismo, creatividad, responsabilidad, capacidad de organización y orientación al cliente. Dotes comunicativas.

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)
Diseño	Patronista	Demanda actual y en transformación	Formación Profesional de Grado Superior o medio en la rama textil, confección industrial, patronaje y moda. Curso de patronista y confección	Conocimientos en diseño de moda Conocimientos de telas en general. Valorable: curso de patronista industrial.  Conocimientos y manejo de programas de patronaje.	Conocimiento sobre nuevas tecnologías y herramientas tecnológicas: conocimientos y manejo de programas de patronaje. Programas de Diseño asistido por Ordenador	Elaborar patrones base a partir de muestra física Digitalización y marcadas en software de patronaje Elaboración de fichas técnicas de los patrones Verificación que el patrón sea técnicamente viable y compatible con la muestra Comprobación del ensamblado de las piezas cortadas Compras relacionadas con insumos de materiales.	Trabajo en equipo, proactividad, organización, dinamismo, orientación a la gestión y a resultados, orientación al cliente, comunicación eficaz y motivación por la mejora continua.
Diseño y Producción	Operario/a de textil	Demanda actual	No requerida	Formación y experiencia en el sector. Valorable: Conocimientos de corte con patrones Manejo de máquina vertical y plana Experiencia en máquina de corte automática, remalladora o plancha Experiencia en uso de PDA	No requerida	Cortador máquina de corte automática Manipular rollos de tejido en almacén y zona de corte Confección de prenda Remate y acabados de producto Reoperación de prendas (etiquetado, emperchado, alarmado, embolsado,...) Planchado de prendas. Carga y descarga de mercancía	Habilidades prácticas y destreza manual. Adaptabilidad, trabajo en equipo y orientación a resultados Compromiso y responsabilidad, buena actitud.
Procesos transversales a toda la cadena	Responsable de marketing	Demanda actual y en transformación	Grado universitario. Master en Marketing	Community manager. Dominio avanzado en diseño gráfico Conocimiento alto de inglés	Herramientas de Business Intelligence y CRM Análisis de datos- Big Data	Desarrollo y mantenimiento en el diseño de la estrategia de comunicación y en el plan de marketing anual. Seguimiento y análisis de KPIs Diseño de creatividades y material fotográfico en diseño web Redacción de contenidos y gráfico para rrss	Creatividad, dinamismo, organización, capacidad analítica y con capacidad de gestionar y trabajar en equipo. Capacidad de organización y orientación al cliente

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)
						Soporte rrpp, ferias y eventos Coordinar acciones de Marketing del producto, proponiendo unas soluciones digitales consensuada a las necesidades de campañas/comunicaciones que surjan. Coordinación entre los equipos de Marketing (internos y externos) y la empresa.	
Procesos transversales a toda la cadena	Técnico de marketing digital	En transformación	Ciclo superior en marketing y publicidad	Community manager. Dominio avanzado en diseño gráfico Conocimiento alto de inglés Conocimientos en marketing digital, ventas y RRSS. Conocimiento/experiencia en el uso de herramientas de monitorización y programación de contenidos, herramientas de Marketing Digital, RRSS, Analítica Web.	Conocimiento funcional del SEM, así como ecosistemas digitales a nivel de landing, promociones, modificaciones de procesos, funcionamiento de canales, etc. Conocimientos SEO, SEM, Mailing, Google Tag, Google AdWords, Sheets, Big Query y SQL Herramientas de visualización de datos	Dar soporte al responsable del departamento de marketing para el desarrollo de la estrategia. Gestionar y generar contenido de las RRSS de la compañía. Planificar los medios digitales.. Hacer seguimiento de social media y analizar los datos para la optimización de campañas digitales. Diseño de estrategias de Marketing, gestión de canales Análisis de resultados, realización de informes, optimización y reporte del funcionamiento de campañas y canales. Coordinación entre los equipos de Marketing.	Creatividad, dinamismo, organización, capacidad analítica y con capacidad de trabajar en equipo
Producción	Ingeniero/a de proyectos	En transformación	Titulado universitario (Ingeniería textil o industrial)	Conocimientos en materia de impacto medioambientales. Inglés avanzado escrito y hablado	Conocimientos en procesos de fabricación y en evolución de las nuevas tecnologías textiles disponibles.	Desarrollo de proyectos a nivel global de la empresa Gestión de proyectos de administración pública para desarrollo de nuevas técnicas,	Organización, capacidad de trabajar en equipo, orientación al cliente, proactividad,

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)
						productos, maquinaria, enfocados a la mejora de producto, procesos y empresa. Optimizar los procesos de trabajo de la planta de producción asociado con el cumplimiento normativo en textil Gestión y control de calidad de procesos. Análisis de datos.	innovación y capacidad analítica.
Almacén/distribución	Encargado de almacén	En transformación	Educación secundaria obligatoria	Valorable: Ciclo superior de logística Conocimientos de logística y transporte	Conocimiento y manejo de nuevas herramientas digitales de logística	Gestión de almacén y equipo de trabajo. Recepción de ordenes de entrada y pedidos y gestión de los mismos. Supervisión zona de almacén. Recepción y preparación de mercancía, control de stocks, gestión distintas funciones de almacén (coordinación entre departamentos, preparación de documentación, organización de materiales, supervisión de cargas en camiones...) Organización del personal (Asignación y supervisión de tareas, controlar el cumplimiento de la normativa de la empresa.	Proactividad, responsabilidad y capacidad de trabajar en equipo. Gestión del tiempo. Organización
Almacén/distribución	Operario de almacén	Demanda actual	Certificado de carretillero	Manejo uso de PDA	No requerida	Preparación de pedidos. Manipulación del material. Carga y descarga manual. Verificación y ubicación de los productos.	Proactividad, responsabilidad y polivalencia

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)
						Recepción de mercancía, lectura, clasificación y ubicación en almacén Revisión de mercancía, colocación y ubicación de mercancía en almacén Recepción y preparación de pedidos (picking). Manejo de PDA Picking, preparación de pedidos, empaquetado, etiquetado y alarmado de prendas Tareas en almacén dirigido a tienda	
Venta	Dependiente/a	En riesgo de reducción significativa del número de puestos	Educación secundaria obligatoria	Valorable dominio de Redes Sociales y habilidades para manejo de programas informáticos de gestión de stocks. Técnicas de Venta Conocimientos informáticos nivel usuario	No requerido	Atención al cliente, venta y reposición de género. Asesoramiento a los clientes sobre los diferentes productos adaptado a sus necesidades. Gestión visual y administrativa de la tienda. Control de stocks e inventario	Dinamismo, orientación al cliente, Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo
Venta	Gestor e-commerce	Demanda actual y en transformación	Grado o titulación superior, preferiblemente en Marketing, Gestion comercial, ADE. Publicidad, Data o similar. Se valora master de	Community manager. Dominio avanzado en diseño gráfico Conocimiento alto de inglés Buen conocimiento de Wordpress Conocimientos en marketing digital, ventas y RRSS.	Conocimiento funcional del SEM, así como ecosistemas digitales a nivel de landing, promociones, modificaciones de procesos, funcionamiento de canales, etc.	Gestión de campañas publicitarias y conocimiento avanzado de SEO/SEM. Creación y gestión de bases de datos y analítica avanzada. Hacer seguimiento y analizar los datos para la optimización de campañas digitales. Análisis de resultados, realización de informes,	Actitud positiva, iniciativa, innovación, capacidad de análisis, comunicación creatividad, dinamismo, organización, capacidad analítica, orientación a

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)
			especialización y experiencia en gestión de eCommerce	Conocimiento/experiencia en el uso de herramientas de monitorización y programación de contenidos, herramientas de Marketing Digital, RRSS, Analítica Web.	Conocimientos SEO, SEM, Mailing, Google Tag, Google AdWords, Sheets, Big Query y SQL Herramientas de visualización de datos	optimización de plataformas de venta. Creación, gestión y ejecución de la estrategia de eCommerce de las diferentes marcas y en los distintos soportes (propios y de terceros) y mercados en los que esté presente la Compañía. Gestión diaria del canal Ecommerce: Plataformas Marketplaces, portales propios Ecommerce, Venta a través de redes sociales etc.. Activación de campañas, reporte de ventas. Conocer y explotar la información de mercado para detectar nuevas oportunidades de mercado (D2C ..) y proponer planes de acción. Alinear los planes y la pauta de ejecución con los diferentes stakeholders para implementar de manera satisfactoria la estrategia omnicanal. Gestión del posicionamiento orgánico y desarrollo de la identidad digital: control de contenido, carga de novedades, actualización de productos.. Generación de tráfico y optimización de las diferentes técnicas de captación y atribución.	resultados y orientación al cliente.

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)
						Planificación y ejecución de campañas (SEM, PPC, emailing) en buscadores, marketplaces, comparadores.. Supervisión de la gestión de la atención al cliente, reviews etc.. Supervisión de la Gestión interna del backoffice y la analítica web Gestión de equipos y de proveedores digitales	