

PERFÍS E COMPETENCIAS PROFESIONAIS DO SECTOR TÉXTIL E MODA



1. O MERCADO LABORAL DO SECTOR TÉXTIL E MODA EN GALICIA.....	3
2. PROSPECTIVA DO MERCADO LABORAL NO SECTOR TÉXTIL E MODA.....	4
3. EVOLUCIÓN DOS POSTOS DE TRABALLO NO SECTOR TÉXTIL E MODA.....	7
4. DIAGRAMA DE EMPRESA.....	14
5. MATRIZ DE COMPETENCIAS, POSTOS E PROCESOS.....	16

1. O MERCADO LABORAL DO SECTOR TÉXTIL E MODA EN GALICIA

Segundo datos do Ministerio de Industria, o **sector téxtil e moda en Galicia** hoxe emprega aproximadamente **50.026**. Isto supón un **13,35 %** do total de empregos galegos que desenvolven a súa actividade en 477 empresas de diferentes subsectores.



Fonte. Informe ARDAN, Referencias Sectoriais de Galicia. Ano 2020. Consorcio da Zona Franca de Vigo.

A continuación, preséntanse os **subsectores** analizados para obter os datos indicados:

Actividades do Sistema Produtivo analizadas (actividades con + de 4 empresas)

- Confección doutras pezas de vestir (roupa interior, bebés...)
- Confección de pezas de vestir exteriores
- Confección de roupa de traballo
- Fabricación doutros pdtos. téxtiles, agás pezas de vestir (alfombras, moquetas...)
- Industria do coiro do calzado
- Comerciantes por xunto de calzado
- Comerciantes por xunto de coiros e peles
- Comerciantes por xunto de téxtiles e pezas de vestir
- Mercerías e outros produtos téxtiles
- Comerciantes polo miúdo de pezas de vestir e complementos
- Preparación, fabricación e acabado de téxtiles
- Zapaterías e outros artigos de coiro

Fonte. Informe ARDAN, Referencias Sectoriais de Galicia. Ano 2020. Consorcio da Zona Franca de Vigo.

Identifícanse 3 subsectores que concentran o 66,7 % das empresas do sector téxtil e moda. Estes son:

- Comerciantes polo miúdo de pezas de vestir e complementos
- Comerciantes por xunto de téxtiles e pezas de vestir
- Confección de pezas de vestir exteriores

En termos de emprego, son igualmente os sectores que concentran un maior número de empregos en Galicia. Os comerciantes polo miúdo de pezas de vestir contratan 32.271 empregados, o que representa un 64,51 %, seguido da confección de pezas de vestir con 8.068 empregos, supoñendo un 16,13 %, e os comerciantes por xunto de téxtiles e pezas de vestir, que contan co 6,46 % dos empregos do sector en Galicia.

En termos de facturación, son as provincias de Pontevedra e A Coruña as que contan co maior 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

Fonte. Informe ARDAN, Referencias Sectoriais de Galicia. Ano 2020. Consorcio da Zona Franca de Vigo

2. PROSPECTIVA DO MERCADO LABORAL NO SECTOR TÉXTIL E MODA.

Contexto do mercado laboral no sector téxtil e moda

Tal e como se expón no estudo “Informe do Sector Moda en España” elaborado pola consultora Ernst & Young (EY), a moda é un dos alicerces da economía española, representando un 2,8 % do PIB nacional. Contribúe a dinamizar a actividade económica a través de 20.000 empresas no sector industrial e máis de 60.000 puntos de venda, que empregan 130.000 e 200.000 persoas, respectivamente. A contribución total ao emprego, incluíndo actividades externas vinculadas ao sector, alcanza o 4,1 % do mercado laboral nacional.

Doutra banda, e relacionado co emprego, o sector da moda e téxtil contribúe a facer fronte a tres grandes desafíos sociais do noso país, e eses son:

- A descentralización da actividade produtiva. Xera emprego en numerosos municipios que non son grandes cidades. De feito, o 70 % do emprego na industria téxtil española concéntrase en municipios de baixa densidade demográfica.
- A inserción laboral da muller. As mulleres representan máis do 50 % do emprego tanto na industria téxtil e do calzado como no comercio de moda. Ademais, as empresas líderes do sector son un referente en materia de igualdade de xénero, contando con máis do 60 % de mulleres en postos directivos e mandos intermedios.
- Inserción laboral de colectivos vulnerables. Representa unha oportunidade laboral para persoas en risco de exclusión social, traballadores non cualificados e graduados de ciclos de formación profesional. Doutra banda, empresas como El Corte Inglés ou Inditex xa asinaron convenios co

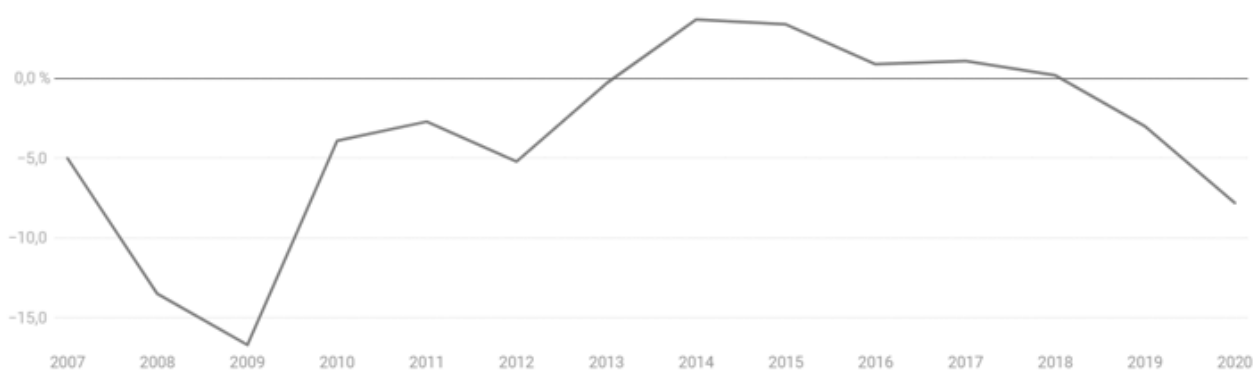
Ministerio de Sanidade, Servizos Sociais e Igualdade para fomentar a inserción laboral de mulleres vítimas de violencia machista.

Con todo, cabe destacar que o sector industrial téxtil foi un dos sectores que máis sufriu as consecuencias devastadoras da pandemia sanitaria que comezou en marzo de 2020. En materia de emprego, prevese que o sector comece a recuperarse a partir do 2022, aínda que a concentración do emprego entre as grandes empresas provocará que as condicións do traballador empeoren substancialmente.

Segundo os datos de afiliación á Seguridade Social publicados polo Ministerio de Inclusión, Seguridade Social e Migracións, o téxtil, a confección e o calzado empregaban a peche de 2020 a 126.594 persoas, un 7,8 % menos que o ano anterior. O 2020 é o primeiro ano en rexistrar menos emprego e máis paro con respecto ao ano anterior desde o 2014, cando comezaron a recuperarse as cifras tras a crise económica que arrasou o tecido empresarial en 2008.

Evolución do número medio de afiliados á Seguridade Social

Variación interanual, en porcentaxe



Fonte. Elaborado por Modaes a partir de datos extraídos da Seguridade Social

O subsector do calzado foi o que experimentou unha maior destrución do emprego en 2020, cun descenso nos ocupados do 16,8 %, seguido pola confección que destruíu o 6,2 % do seu persoal.

A industria galega do téxtil leva catro décadas con dous polos diferenciados, a grande empresa téxtil galega que incrementa os seus mercados e vendas cada ano, e no outro polo as que, con dificultades, aínda manteñen máis de medio milleiro de pequenas e medianas empresas, e das que viven directamente 9.000 familias.

Con todo, a crise sanitaria por COVID-19 afectou ambos, aínda que as pequenas e medianas téxtiles víronse máis afectados.

Para o medio milleiro longo de pequenas e medianas empresas téxtiles que conforman o sector galego as perdas foron demoledoras. Só no mercado nacional, as firmas asociadas a Cointega (a patronal galega do téxtil), que no ano 2019 sumaban unha facturación conxunta próxima aos 1.500 millóns de euros, deixáronse un 40 % das vendas só no mercado nacional, que se traduce en ao redor de 600 millóns de euros de caída da facturación en España.

O mercado español foi o que máis lastrou as contas do téxtil galego pero a comparativa por países confirma que a crise do coronavirus cebouse co sector en todos os mercados internacionais en que está presente. O resto dos países mostran caídas das vendas do téxtil galego de dous díxitos.

Ao peche do 2020, as grandes empresas do sector téxtil de Galicia comunicaban un retroceso significativo na súa facturación, aínda que coinciden no seu crecemento en torno a un 60 % en e-commerce.

A analítica de datos e o Big Data son unha tendencia de alto impacto no sector téxtil-moda que permite as empresas do sector detectar tendencias e lograr deste xeito conectar co seu potencial consumidor, deseñando pezas axustadas ás súas necesidades e adiantándose ás tendencias globais. A asociación galega do sector, COINTEGA, aposta pola formación dos seus asociados nestas ferramentas para mellorar a situación do sector.

Previsión de emprego

Prevese que as cifras de emprego non se recuperen do todo ata que se produza a volta ás oficinas do 100 % dos traballadores que se atopan en situación de teletraballo, e as compras en establecementos físicos recuperen as súas cifras previas á pandemia sanitaria. Con todo, son numerosos os expertos que aseguran que, aínda que se alcance unha nova normalidade, as tendencias no consumo seguirán inclinándose polo comercio electrónico e máis grazas ás facilidades que as empresas líderes do sector puxeron en mans dos consumidores co obxectivo de tentar manter as súas cifras de facturación.

Segundo informan a consultora Dipcom Corporate e a patronal Acotex, a crise do sector téxtil iniciouse varios anos antes que a pandemia e esta agudizou a difícil situación que xa se atravesaba. O sector podería finalizar 2021 con tan só 100.000 postos téxtiles, fronte aos 200.000 existentes a comezos de 2020, do mesmo xeito que se verá minguado o número de empresas.

Isto provocou que os pequenos comercios perdan competitividade no sector e, en moitas ocasións, vexan forzado o seu peche cos despedimentos correspondentes.

Nos próximos anos apreciarase unha concentración do emprego entre as empresas líderes do sector cunha tendencia cara á contratación directa ou indirecta (a través de provedores) de perfís tecnolóxicos, tanto expertos en análises de datos, como márketing dixital e social media.

En Galicia, o secretario xeral da Agrupación industrial do Téxtil, Alberto Rocha, manifestaba a principios do segundo semestre de 2021 que a previsión de emprego é pesimista, estimando unha perda de 30.000 empregos despois dos ERTE provocados pola pandemia por COVID-19, do mesmo xeito que prevé a desaparición de empresas en Galicia.

A tendencia é cara a un cambio de modelo negocio, que afecta sobre todo o comercio físico. O secretario xeral de COINTEGA indica que isto é debido ao cambio nos hábitos de compra. Hai un cambio de tendencia que vén motivado pola situación de crise sanitaria vivida en 2020 e 2021. Isto levará ao peche dos negocios a pé de rúa e nos centros comerciais, e os que se manteñan deberán adaptarse, as tendas físicas, o comercio, deberá adaptarse ao cliente e ser prestador de servizo. Por iso, estímase que a perda do emprego do sector afecte principalmente o comercio comerciante polo miúdo, poñendo en risco os postos de dependente/a.

Desde o Clúster, estímase que os puntos de venda pasarán a ser punto de asesoramento personalizado para fornecer o cliente do que necesite, estea ou non nese momento na tenda. Isto vai vinculado a unha innovación tecnolóxica na área loxística e a unha interconectividade dos puntos de venda e os provedores do sector téxtil. Un elemento clave na xestión eficiente dos negocios pasará por axustar os seus stocks aos novos hábitos de compra, que tenden á compra en liña.

Neste proceso de transformación Cointega aposta pola innovación entre os seus asociados. Por iso participa no focus group "Ou apoio á innovación e ao emprendemento", que forma parte do proceso de definición da

RIS3 de Galicia para o período 2021-2027 para saber a demanda de coñecemento e tecnoloxía no ecosistema de I+D+i de Galicia.

3. EVOLUCIÓN DOS POSTOS DE TRABAJO NO SECTOR TÉXTIL E MODA

O sector téxtil e moda está a experimentar cambios tanto a nivel social como tecnolóxico, tal e como lles ocorre a outros sectores relacionados coa industria, polo que é indispensable que as empresas evolucionen para satisfacer as necesidades que se están xerando entre os seus clientes. Estes cambios relacionados coas tendencias de consumo requiren que as empresas contraten profesionais capaces de sacar o máximo partido ás novas ferramentas dixitais e tecnolóxicas que prometen optimizar procesos e aumentar a eficiencia.

Desde perfís máis cualificados como os deseñadores de moda, ata os operarios de plantas produtivas deben adaptar a súa formación e experiencia ás esixencias da transformación dixital que pasa, tanto polo márketing dixital e social media, como pola automatización de procesos a través de maquinaria de perfil tecnolóxico. Tamén se trata dun sector onde a loxística xoga un papel de vital importancia, polo que as empresas xa están a elaborar plans estratéxicos onde incluír tecnoloxías emerxentes como a loxística avanzada e a conectividade.

A introdución de novas máquinas de confección e procesos innovadores de produción provocou que un dos perfís que será máis demandado nun futuro a curto prazo é o de tecnólogo téxtil, responsable de desenvolver e supervisar o sistema de produción téxtil segundo o sistema de calidade. Tendo en conta a implantación da Industria 4.0, é esencial contar cun perfil que contribúa ao desenvolvemento de novas coleccións e implemente as novas tendencias sobre fíos, estruturas, tratamentos superficiais e tecnoloxías de produción para garantir un valor engadido aos produtos. Isto afectará o posto de Enxeñeiro de proxectos e patronistas.

A introdución das TIC chega con metodoloxías de traballo colaborativas, e as ferramentas dixitais que lle dan soporte. No desenvolvemento dunha nova colección ou produto interveñen diferentes axentes, desde o deseñador, patronista, comprador etc. implicados en maior ou menor grao nalgunha das súas fases, desde a formulación inicial (deseño) ata as etapas finais de produción das mostras, pasando polos distintos momentos do proceso de adquisición de materias primas e provedores. Para coordinar o esforzo conxunto de todos eles e a consulta en tempo real de calquera actuación, xorde unha metodoloxía colaborativa destinada a visualizar, coordinar, simular e optimizar proxectos, coleccións ou produtos.

O sector téxtil e moda en Galicia enfróntase na actualidade a un proceso de transformación que leva consigo a **transformación dalgúns postos de traballo**, tal e como representa a seguinte figura:

Postos de traballo máis demandados actualmente:

- Patronista
- Operario/a textil
- Operario/a de almacén
- Responsable de márketing
- Xestor/a e-commerce

Postos de traballo que se están transformando:

- Deseñador/a
- Patronista
- Enxeñeiro/a de proxectos
- Encargado/a de almacén
- Responsable de márketing
- Técnico/a de márketing
- Xestor/a e-commerce

Postos de traballo que poden desaparecer:

- Dependente/a

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 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

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

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

POSTOS DE TRABALLO MÁIS DEMANDADOS NA ACTUALIDADE				
Nome do posto	Titulación universitaria requirida	Coñecementos complementarios	Competencias dixitais	Soft skills
Patronista	Formación Profesional de Grao Superior ou medio na rama téxtil, confección industrial, patronaxe e moda. Curso de patronista e confección	Coñecementos en deseño de moda Coñecementos de teas en xeral Valorable: curso de patronista industrial Coñecementos e manexo de programas de patronaxe	Coñecemento sobre novas tecnoloxías e ferramentas tecnolóxicas: coñecementos e manexo de programas de patronaxe Programas de Deseño asistido por computador	Traballo en equipo, proactividade, organización, dinamismo, orientación á xestión e a resultados, orientación ao cliente, comunicación eficaz e motivación pola mellora continua
Operario téxtil	Non requirida	Formación e experiencia no sector Valorable: Coñecementos de corte con patróns Manexo de máquina vertical e plana Experiencia en máquina de corte automática, remalladora ou ferro Experiencia en uso de PDA	Non requirida	Habilidades prácticas e destreza manual Adaptabilidade, traballo en equipo e orientación a resultados Compromiso e responsabilidade, boa actitude
Responsable de márketing	Grao universitario Máster en Márketing	Community manager Dominio avanzado en deseño gráfico Coñecemento alto de inglés	Ferramentas de Business Intelligence e CRM Análise de datos- Big Data	Creatividade, dinamismo, organización, capacidade analítica e con capacidade de xestionar e traballar en equipo Capacidade de organización e orientación ao cliente

POSTOS DE TRABALLO MÁIS DEMANDADOS NA ACTUALIDADE				
Nome do posto	Titulación universitaria requirida	Coñecementos complementarios	Competencias dixitais	Soft skills
Operario de almacén	Non requirida	Manexo uso de PDA Curso de carretilleiro	Non requiridas	Proactividade, responsabilidade e polivalencia
Xestor e-commerce	Grao ou titulación superior, preferiblemente en Márketing, Xestión comercial, ADE Publicidade, Data ou similar Valórase máster de especialización e experiencia en xestión de e-commerce	Community manager Dominio avanzado en deseño gráfico Coñecemento alto de inglés Bo coñecemento de Wordpress Coñecementos en márketing dixital, vendas e RRSS Coñecemento/experiencia no uso de ferramentas de monitoraxe e programación de contidos, ferramentas de Márketing Dixital, RRSS, Analítica Web	Coñecemento funcional do SEM, así como ecosistemas dixitais a nivel de landing, promocións, modificacións de procesos, funcionamento de canais etc. Coñecementos SEO, SEM, Mailing, Google Etiqueta, Google AdWords, Sheets, Big Query e SQL Ferramentas de visualización de datos	Actitude positiva, iniciativa, innovación, capacidade de análise, comunicación, creatividade, dinamismo, organización, capacidade analítica, orientación a resultados e orientación ao cliente

POSTOS DE TRABAJO QUE PODEN DESAPARECER

Esta táboa inclúe un resumo dos **postos de traballo que poden desaparecer nun futuro, así como unha estimación do número de traballadores que poderían verse afectados por iso:**

POSTOS DE TRABAJO QUE PODEN DESAPARECER		
Nome do posto	Proceso de transformación que están a sufrir	Estimación do número de postos de traballo afectados
Dependente/a	Os hábitos de consumo están a cambiar e isto afecta directamente os postos de venda directa ao cliente final. Non se prevé que o posto desapareza, pero si se verá minguado o número de postos de traballo, dado que a tendencia é cara á compra en plataformas de venda en liña, situación que se agudizou coa crise sanitaria por COVID-19.	En base á análise realizada entre empresas do sector estímase que en torno a un 30 % dos empregos. Isto implica que, dos 50.026 empregos en activo do sector téxtil e moda, aproximadamente 15.000 están na actualidade ocupados por persoal de tenda de atención ao cliente.

POSTOS DE TRABAJO QUE SE ESTÁN TRANSFORMANDO

Esta táboa inclúe un resumo dos **postos de traballo que se están transformando**, así como unha estimación do número de traballadores en activo que poderían estar afectados por estes procesos de transformación:

Postos de traballo que se están transformando		
Nome do posto	Proceso de transformación que están a sufrir	Estimación do número de postos afectados
Deseñador/a	Debido á transformación tecnolóxica que está a experimentar o sector, este tipo de perfís deberán manterse en constante formación ligado sobre todo á innovación tecnolóxica e ao uso de ferramentas dixitais e de metodoloxía de traballo colaborativa.	Poden verse afectados o 5 % dos empregos do sector téxtil e moda.
Patronista	Do mesmo xeito que os anteriores, este perfil debe incorporar coñecementos en ferramentas dixitais de xestión de datos, ERPs e sistemas de información integrados, así como programas dixitais de deseño e patronaxe que elaboren patróns en menor tempo e facendo uso de menos material, o que xoga en favor da produtividade.	Poden verse afectados o 2,5 % dos empregos do sector téxtil e moda.
Responsable de márketing	Actualmente é de especial importancia para as empresas do sector téxtil e moda manter unha sólida imaxe de marca, sobre todo en contornas dixitais, razón pola cal os especialistas en márketing dixital, redes sociais e o comercio electrónico se volveron imprescindibles nas empresas do sector. A adaptación deste posto ás novas ferramentas dixitais en márketing é unha prioridade actual e continua.	Poden verse afectados o 1 % dos empregos do sector téxtil e moda.

Postos de traballo que se están transformando		
Técnico de márketing dixital	Aínda que é un debido a que debe adaptarse ás novas ferramentas dixitais, actualmente nunha porcentaxe alta de empresas, principalmente pemes, este perfil é subcontratado a provedores especialistas.	Non aplica por ser un perfil subcontratado a provedores. Estímase que pode supoñer o 2 % dos empregos futuros do sector.
Xestor e-commerce	A pesar do crecemento do comercio electrónico nos últimos anos (e acentuándose especialmente durante a pandemia sanitaria e o confinamento), que os espazos físicos en que os produtos se venden falen da cultura da marca e optimicen tanto o espazo como a imaxe que proxectan, é especialmente valorado polas empresas na actualidade. Este posto debe adaptarse ás novas plataformas e ferramentas de venda en liña, trátase en realidade dun posto de nova creación asociado aos novos hábitos de compra.	Trátase dun posto de recente creación e en desenvolvemento. As pemes na actualidade teñen a subcontratar os servizos dun provedor para a prestación dos servizos do posto de xestor e-commerce. Estímase que pode supoñer o 1 % dos empregos futuros do sector.
Encargado de almacén	Debido ás novas tecnoloxías no sector loxístico e os novos hábitos de compra a través de plataformas dixitais, este posto debe adaptarse ás nova ferramentas de xestión loxística.	Poden verse afectados o 1 % dos empregos do sector téxtil e moda.
Enxeñeiro/a de proxectos	A industria téxtil é un dos sectores con maiores cifras de contaminación, e a tendencia cara á sustentabilidade, tanto en materiais como en procesos, provocou que as empresas (sobre todo as de maior tamaño) queiran contar con perfís especialistas no desenvolvemento de negocio de forma sustentable e familiarizados coa responsabilidade social corporativa. Así mesmo, debe adaptarse as novas tecnoloxías e proxectos.	Poden verse afectados o 1 % dos empregos do sector téxtil e moda.

4. DIAGRAMA DE EMPRESA

O seguinte mapa representa un esquema de procesos representativo do sector téxtil e moda, incluíndo os principais procesos da cadea de valor do sector.

Sitúanse os postos de traballo en cada unha das fases que están relacionadas coa produción.

Mapa de procesos e localización dos postos de traballo na actualidade:



Mapa de procesos e localización dos postos de traballo no futuro:



Os principais cambios que se van a producir no sector e que transforman os mapas de procesos actuais e futuro afectan os seguintes postos de traballo:

- Na área de deseño: **Deseñador/a e patronista** deben incorporar coñecementos en ferramentas dixitais de xestión de datos, metodoloxía colaborativa, coñecementos de programas e aplicacións de deseño e patronaxe dixital.
- Na área de produción: **Enxeñeiro/a de proxectos** debe incorporar coñecementos en novas tecnoloxías de produción e proxectos, sustentabilidade e economía circular, así como ferramentas dixitais de xestión de datos, Big Data, ERPs e sistemas de información integrados.
- No proceso de almacén e loxística, o **encargado/a de almacén** debe adaptarse ás novas ferramentas de xestión loxística, encamiñadas á mellora do proceso e adaptación á nova sistemática de venda.
- Nos procesos de venda, o posto de **dependente/a** é o que se atopa en risco de
- desaparición debido aos novos hábitos de consumo como pode ser a compra a través de plataformas en liña.
- No proceso de venda actual e futuro, xoga un papel importante o **xestor/a e-commerce**, novo perfil en constante transformación adaptándose ás novas ferramentas e estratexias de venda en liña.
- Na cadea de valor, os postos transversais asociados ao departamento de márketing, **responsable e técnico/a de márketing**, son perfís en constante transformación adaptándose ás novas ferramentas dixitais. Aínda que cabe mencionar que actualmente os perfís de técnicos de márketing están a ser subcontratados polas pequenas e medianas empresas.


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)

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)
Deseño	Deseñador/a	En transformación	Grao en Deseño de moda Formación profesional (ciclo superior) en deseño de moda ou patronaxe e moda	Formación en patronaxe Valorable: máster ou cursos de especialización en deseño téxtil (ex. Deseño Téxtil e de Superficies, Deseño de Moda, Fashion Styling and Communication, Accessories Design, Tecnoloxía e Innovación Téxtil, Deseño Dixital Aplicado á Moda)	Formación en sistemas de xestión/ferramentas dixitais de metodoloxía colaborativa. Coñecementos/formación en programas dixitais de deseño (ex. Illustrator, Photoshop, Lightroom, CaptureOne Avanzado, Prestashop, Modelado poligonal con software 3D).	Creación e desenvolvemento de produto, panel de tendencias e colección. Desenvolvemento de pezas. Interpretación de tendencias de tempada. Proxección de coleccións en vestido e complementos. Colaboración na selección da paleta de cores, tecidos, fornituras, volumes e looks representativos para cada campaña. Entender e conceptualizar o target dos clientes, en canto a gustos e preferencias para realizar as coleccións. Desenvolvemento de mostras, elaborando as correspondentes fichas técnicas e supervisando as posibles modificacións de produción. Presentar a colección ao cliente, traballar sobre feedback e manter boas relacións cos clientes. Coñecemento e capacidade de análise e identificación das tendencias globais de moda. Comunicación e negociación interna con departamentos transversais.	Compromiso, implicación, proactividade, dinamismo, creatividade, responsabilidade, capacidade de organización e orientación ao cliente Dotes comunicativos
Deseño	Patronista	Demanda actual e en transformación	Formación Profesional de Grao Superior ou medio na rama	Coñecementos en deseño de moda. Coñecementos de teas en xeral	Coñecemento sobre novas tecnoloxías e ferramentas tecnolóxicas:	Elaborar patróns base a partir de mostra física. Dixitalización e marcadas en software de patronaxe.	Traballo en equipo, proactividade, organización, dinamismo,

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)
			téxtil, confección industrial, patronaxe e moda. Curso de patronista e confección	Valorable: curso de patronista industrial. Coñecementos e manexo de programas de patronaxe	coñecementos e manexo de programas de patronaxe. Programas de Deseño asistido por computador.	Elaboración de fichas técnicas dos patróns. Verificación que o patrón sexa tecnicamente viable e compatible coa mostra. Comprobación do ensamblado das pezas cortadas. Compras relacionadas con insumos de materiais.	orientación á xestión e a resultados, orientación ao cliente, comunicación eficaz e motivación pola mellora continua
Deseño e Producción	Operario/a de téxtil	Demanda actual	Non requirida	Formación e experiencia no sector. Valorable: Coñecementos de corte con patróns Manexo de máquina vertical e plana Experiencia en máquina de corte automática, remalladora ou ferro Experiencia en uso de PDA	Non requirida.	Cortador máquina de corte automática. Manipular rolos de tecido en almacén e zona de corte. Confección de peza. Remate e acabados de produto. Reoperación de pezas (etiquetaxe, colocado en perchas, alarmado, embolsado...). Pasado o ferro de pezas. Carga e descarga de mercadería.	Habilidades prácticas e destreza manual. Adaptabilidade, traballo en equipo e orientación a resultados. Compromiso e responsabilidade, boa actitude
Procesos transversais a toda a cadea	Responsable de márketing	Demanda actual e en transformación	Grao universitario. Máster en Márketing	Community manager. Dominio avanzado en deseño gráfico. Coñecemento alto de inglés	Ferramentas de Business Intelligence e CRM. Análise de datos- Big Data.	Desenvolvemento e mantemento no deseño da estratexia de comunicación e no plan de márketing anual. Seguimento e análise de KPIs. Deseño de creatividade e material fotográfico en deseño web. Redacción de contidos e gráfico para rrss. Soporte rppp, feiras e eventos Coordinar accións de Márketing do produto, propoñendo unhas solucións dixitais consensuadas ás necesidades de	Creatividade, dinamismo, organización, capacidade analítica e con capacidade de xestionar e traballar en equipo. Capacidade de organización e orientación ao cliente

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)
						campañas/comunicacións que xurdan. Coordinación entre os equipos de Márketing (internos e externos) e a empresa.	
Procesos transversais a toda a cadea	Técnico de márketing dixital	En transformación	Ciclo superior en márketing e publicidade	Community manager. Dominio avanzado en deseño gráfico Coñecemento alto de inglés Coñecementos en márketing dixital, vendas e RRSS Coñecemento/experiencia no uso de ferramentas de monitoraxe e programación de contidos, ferramentas de Márketing Dixital, RRSS, Analítica Web	Coñecemento funcional do SEM, así como ecosistemas dixitais a nivel de landing, promocións, modificacións de procesos, funcionamento de canais etc. Coñecementos SEO, SEM, Mailing, Google Etiqueta, Google AdWords, Sheets, Big Query e SQL. Ferramentas de visualización de datos.	Dar soporte ao responsable do departamento de márketing para o desenvolvemento da estratexia. Xestionar e xerar contido das RRSS da compañía. Planificar os medios dixitais. Facer seguimento de social media e analizar os datos para a optimización de campañas dixitais. Deseño de estratexias de Márketing, xestión de canles Análises de resultados, realización de informes, optimización e reporte do funcionamento de campañas e canais. Coordinación entre os equipos de Márketing.	Creatividade, dinamismo, organización, capacidade analítica e con capacidade de traballar en equipo
Produción	Enxeñeiro/a de proxectos	En transformación	Titulado universitario (Enxeñería téxtil ou industrial)	Coñecementos en materia de impacto ambientais. Inglés avanzado escrito e falado	Coñecementos en procesos de fabricación e en evolución das novas tecnoloxías téxtiles dispoñibles.	Desenvolvemento de proxectos a nivel global da empresa Xestión de proxectos de administración pública para desenvolvemento de novas técnicas, produtos, maquinaria, enfocados á mellora de produto, procesos e empresa. Optimizar os procesos de traballo da planta de produción asociado co cumprimento normativo en téxtil.	Organización, capacidade de traballar en equipo, orientación ao cliente, proactividade, innovación e capacidade analítica

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)	
							Xestión e control de calidade de procesos. Análise de datos.	
Almacén/distribución	Encargado de almacén	En transformación	Educación secundaria obrigatoria	Valorable: Ciclo superior de loxística Coñecementos de loxística e transporte	Coñecemento e manexo de novas ferramentas dixitais de loxística		Xestión de almacén e equipo de traballo. Recepción de ordenes de entrada e pedidos e xestión dos mesmos. Supervisión zona de almacén. Recepción e preparación de mercadoría, control de stocks, xestión distintas funcións de almacén (coordinación entre departamentos, preparación de documentación, organización de materiais, supervisión de cargas en camiós...). Organización do persoal (Asignación e supervisión de tarefas, controlar o cumprimento da normativa da empresa.	Proactividade, responsabilidade e capacidade de traballar en equipo Xestión do tempo Organización
Almacén/distribución	Operario de almacén	Demanda actual	Certificado de carretilleiro	Manexo uso de PDA	Non requirida		Preparación de pedidos. Manipulación do material. Carga e descarga manual. Verificación e localización dos produtos. Recepción de mercadoría, lectura, clasificación e localización en almacén. Revisión de mercadoría, colocación e localización de mercadoría en almacén. Recepción e preparación de pedidos (picking). Manexo de PDA.	Proactividade, responsabilidade e polivalencia

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)	
							Picking, preparación de pedidos, empaquetado, etiquetaxe e alarmado de pezas. Tarefas en almacén dirixido a tenda.	
Venda	Dependente/a	En risco de redución significativa do número de postos	Educación secundaria obrigatoria	Valorable dominio de Redes Sociais e habilidades para manexo de programas informáticos de xestión de stocks Técnicas de Venda Coñecementos informáticos nivel usuario	Non requirido		Atención ao cliente, venda e reposición de xénero. Asesoramento aos clientes sobre os diferentes produtos adaptado ás súas necesidades. Xestión visual e administrativa da tenda. Control de stocks e inventario.	Dinamismo, orientación ao cliente, Habilidades comunicativas Traballo en equipo
Venda	Xestor e-commerce	Demanda actual e en transformación	Grao ou titulación superior, preferiblemente en Márketing, Xestión comercial, ADE. Publicidade, Data ou similar Valórase máster de especialización e experiencia en xestión de e-commerce	Community manager. Dominio avanzado en deseño gráfico Coñecemento alto de inglés Bo coñecemento de Wordpress Coñecementos en márketing dixital, vendas e RRSS Coñecemento/experiencia no uso de ferramentas de monitoraxe e programación de contidos, ferramentas de Márketing Dixital, RRSS, Analítica Web	Coñecemento funcional do SEM, así como ecosistemas dixitais a nivel de landing, promocións, modificacións de procesos, funcionamento de canais etc. Coñecementos SEO, SEM, Mailing, Google Etiqueta, Google AdWords, Sheets, Big Query e SQL Ferramentas de visualización de datos		Xestión de campañas publicitarias e coñecemento avanzado de SEO/SEM. Creación e xestión de bases de datos e analítica avanzada. Facer seguimento e analizar os datos para a optimización de campañas dixitais. Análise de resultados, realización de informes, optimización de plataformas de venda. Creación, xestión e execución da estratexia de e-commerce das diferentes marcas e nos distintos soportes (propios e de terceiros) e mercados nos que estea presente a Compañía. Xestión diaria da canle e-commerce: Plataformas Marketplaces, portais propios	Actitude positiva, iniciativa, innovación, capacidade de análise, comunicación creatividade, dinamismo, organización, capacidade analítica, orientación a resultados e orientación ao cliente

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)
						<p>e-commerce, Venda a través de redes sociais etc.</p> <p>Activación de campañas, reporte de vendas.</p> <p>Coñecer e explotar a información de mercado para detectar novas oportunidades de mercado (D2C) e propoñer plans de acción.</p> <p>Aliñar os plans e a pauta de execución cos diferentes stakeholders para implementar de maneira satisfactoria a estratexia omnicanle.</p> <p>Xestión do posicionamento orgánico e desenvolvemento da identidade dixital: control de contido, carga de novidades, actualización de produtos...</p> <p>Xeración de tráfico e optimización das diferentes técnicas de captación e atribución.</p> <p>Planificación e execución de campañas (SEM, PPC, emailing) en buscadores, marketplaces, comparadores.</p> <p>Supervisión da xestión da atención ao cliente, reviews etc.</p> <p>Supervisión da Xestión interna do back office e a analítica web.</p> <p>Xestión de equipos e de provedores dixitais</p>	