

El desempleo ha hecho que mucha gente se forme en este mundo. El intrusismo complica contratar un servicio de calidad en la capital

«Personal shopper», el oficio que crece con la crisis

TATIANA G. RIVAS
MADRID

Decenas de personas —más mujeres que hombres— ofrecen sus servicios como asesores de imagen en la red. «Soy una chica que ha realizado un curso de *personal shopper*» se ofrece para trabajar en empresas o con particulares. Tengo muy buen gusto. Te renuevo tu fondo de armario, te aconsejo qué estilismos te convienen más según tus características y personalidad. Si no tienes tiempo para ir de compras, yo las hago por ti».

Anuncios similares a éste se repiten en distintas páginas. La mayoría no cuenta con una empresa, una página web o incluso un blog donde plasme sus conocimientos; pero están dispuestos a cobrar la cara prestación por dar consejo. «No tengo página web y no me dedico a ello, ya me gustaría, pero como las cosas de la vida están tan mal... Cobro por hora 70 euros. Si se me quiere contratar un día del fin de semana, con más tiempo, serían 200 euros», detalla la mujer de esta publicidad al otro lado del teléfono.

El negocio de *personal shopper* que a la clientela, ha proliferado en plena crisis, sobre todo en Madrid. El desempleo ha llevado a muchos interesados a realizar cursos y másteres —que van desde los 500 euros online a los 3.000 euros en clases presenciales— en esta disciplina. Sus clientes, de clase media y alta, son fieles a esta oferta que les garantiza el éxito. El cliente o el usuario está en distinguir entre un experto y un amateur, ya que la formación en nuestro país, según informa Sara Largo, presidenta de la Asociación Española de Asesores de Imagen y Personal Shopper (Asesai), es «foja».

Isabel Yuste fue de las primeras *personal shopper* en la capital. Es la directora del curso en esta materia del Instituto Europeo de Diseño (IED). «Hace ocho años no había apenas formación; ahora hay mucha, tanta como intrusismo. Hay periodistas y estilistas de moda que se dedican a ello y no tienen conocimientos», informa esta experta.

Sara Largo y Ana Iriberrí fueron de las primeras profesionales en dedicarse a este mundo de la moda en Madrid.



La clienta (en el centro de las imágenes) contrata los servicios en el Hotel Villa Magna. Realiza sus compras en la Milla de Oro. Su presupuesto es de 3.000 euros

Montaron la asociación en 2007 y en 2010 crearon su empresa: Tu asesor de imagen. Se conciliaron a la salida del colegio de sus hijos —tienen tres y dos, respectivamente—. Encontraron sus puntos en común. La madreleña Largo había estudiado Diseño de Moda en la Politécnica; la mexicana Iriberrí también, pero en la Institución Artística de Enseñanza (IADE) de la Universidad de Alcalá de Henares. Arrancaron motores y hoy pueden vivir de este oficio desde las 9 de la mañana hasta las 16.30 de la tarde, de lunes a viernes. Algodón sábado también les toca hacer sus recomendaciones. Su media de clientes a la semana es de tres. Los cambios de estación son sus épocas con más trabajo.

El Hotel Gran Lujo Villa Magna ofrece los servicios de estas dos mujeres a sus huéspedes. Es lo que se denomina *shopping tour*. Las puertas correderas de este hotel se abren y entran las dos, que complementan su look con bolsos Loewe, taconazos de Carolina Herrera, botines de Caramelo... Y Priora también se hace hueco en su atuendo. «El estilo está en saber mezclar», adelanta Iriberrí.



Han quedado en el hotel con Mónica Fernández, una clienta para la que han trabajado con anterioridad. «Las encontré cuando necesitaba un cambio en mi vida, hace tres años. Acababa de tener un hijo y empecé a buscar por la red. Yo antes iba a comprar ropa siempre al mismo sitio. No utilizaba complementos. No sabía», narra. Sus *personal* le cambiaron la imagen por completo. «Utilizaba colores que no la favorecían. Primero nos entrevistamos con ella; después vimos su fondo de armario, y por último nos ajustamos a su presupuesto para renovar su imagen», detalla Largo.

Viaje por la Milla de Oro Mónica quiere ahora que le ayuden a elegir dos modelos para la boda de fin de semana. Presupuesto, no más de 3.000 euros. «El objetivo de nuestro oficio es sacar lo mejor de cada persona, tanto en la forma de vestir como en la de maquillarse y peinarse. Se trata de pulir un diamante, mejorar su imagen y que se sienta cómoda o cómoda en ella», manifiesta Iriberrí.

La ruta para Mónica se desarrolla por el barrio de Salamanca. Estas profesionales se mueven por distintas zonas y diferentes tiendas. «Nos ajustamos al cliente. También compramos en la Gran Vía o en Chueca. Dependiendo del presupuesto y estilo. Siempre intentamos evitar lo que lleva todo el mundo», declaran.



En cifras
300 euros
Desde 240 hasta 300 euros cuesta el paquete de tres horas para cambiar el fondo de armario. Algunos asistentes, menos profesionales, ofrecen sus servicios desde 70.

60%
De su clientela son mujeres, su público más fiel. El hombre no suele repetir tras contratar estos servicios.

800 euros
Suele ser el precio medio que gasta el cliente, más los honorarios de las *personal*, en cada servicio.

50 afiliados
Son los que forman parte de su asociación profesional, que echó a rodar en 2007. Entre ellos hay hombres y mujeres. No todos son asistentes, también hay estilistas.



FOTOS: ISABEL PERMYU

En Serrano, estas asesoras son conocidas. «Apenas hay competencia en esta zona, pese al intrusismo que hay», declara Largo. En Hoss Intropia son las únicas que disponen de un gran vestuario donde se les sirve champán y zumos, a gusto del cliente.

París, la referencia
El reclamo de *personal shopper* no es desconocido en la capital. A juicio de las expertas de Asesai, es porque Madrid «no se concibe como una ciudad de compras, a diferencia de París. Falta impulso institucional».

La extremeña Isabel Yuste augura un buen futuro para esta tendencia en la capital. «Ahora viene mucho público asiático y compra en tiendas lujosas. En España hasta hace poco este servicio parecía una tontería. A medida que la gente va yendo ve que es algo útil. Gastan dinero, pero al final se recupera porque se enseña a sacar el máximo partido a tu armario».

ABC.es

Video: De compras con *personal shopper* en abc.es/madrid