

Estudi per a la implantació de dos nous perfils professionals al sector tèxtil

(PROJECTE “UNA XARXA INNOVADORA PER LA COMPETITIVITAT I LA INSERCIÓ”)

Juny de 2011

Socis del projecte:



DALEPH

www.daleph.com

ÍNDEX

1	INTRODUCCIÓ	3
2	METODOLOGIA.....	5
3	PERFIL PROFESSIONAL DEL GESTOR/A DE LA PRODUCCIÓ	9
3.1	FITXA DEL PERFIL PROFESSIONAL	10
3.2	MAPA D'OFERTA I DE DEMANDA	15
3.3	ESTIMACIÓ DELS POTENCIALS LLOCS DE TREBALL	19
3.4	ITINERARI FORMATIU	26
3.5	COST I POSSIBLES MODALITATS DE CONTRACTACIÓ	29
4	PERFIL PROFESSIONAL DEL <i>PERSONAL SHOPPER</i>.....	31
4.1	FITXA DEL PERFIL PROFESSIONAL	32
4.2	MAPA D'OFERTA I DE DEMANDA	36
4.3	ESTIMACIÓ DELS POTENCIALS LLOCS DE TREBALL	42
4.4	ITINERARI FORMATIU	46
4.5	COST I POSSIBLES MODALITATS DE CONTRACTACIÓ	47
	ANNEX I. PERSONES EXPERTES CONSULTADES	49
	ANNEX II. GUIÓ D'ENTREVISTA PER LES PERSONES EXPERTES	50
	ANNEX III. EMPRESES ENQUESTADES	52
	ANNEX IV. QÜESTIONARI PER LES EMPRESES	53
	ANNEX V. FONTS SECUNDÀRIES CONSULTADES.....	61

© Equip tècnic de DAleph.

“Aquest projecte està subvencionat pel programa de Projectes Innovadors d’acord amb l’Ordre TRE/337/2008 i està patrocinat pel Servei d’Ocupació de Catalunya i cofinançat pel Fons Social Europeu”

1 INTRODUCCIÓ

ACTE (Associació de Col·lectivitats Tèxtils Europees) és una associació d'autoritats locals europees de territoris on el sector tèxtil té una forta presència i tradició. En el marc de l'ACTE es va configurar el **Grup Motor**, format pels municipis de **Mataró, Barcelona, Badalona, Manresa, Igualada i la Diputació de Barcelona**, que té com a objectiu impulsar una sèrie d'actuacions innovadores que contribueixin a millorar la situació del sector tèxtil dels territoris on se situen les empreses, i de les persones que s'hi ocupen, a banda de revertir els resultats de les experiències a la xarxa ACTE.

Entre aquestes actuacions, el Grup Motor es va dotar d'un estudi on s'identificaven perfils professionals emergents en el sector del tèxtil i de la moda, els resultats del qual van posar de manifest que els perfils de Gestor/a de la Producció i el de *Personal Shopper* podrien tenir més potencial de desenvolupament i d'inserció laboral.

Per tal de donar continuïtat a aquest estudi, aprofundir en la definició d'aquests dos perfils professionals i identificar les seves possibilitats reals d'inserció laboral en els territoris representats, el Grup Motor ha desenvolupat el present estudi d'**Impuls de dos perfils professionals en el sector tèxtil** que té per objectius:

- Delimitar les capacitats i habilitats dels perfils esmentats.
- Posar de manifest les necessitats formatives.
- Valorar les possibilitats reals d'inserció en el mercat laboral.

El present document segueix una estructura diferenciada per a cada un dels dos perfils analitzats, la següent:

- El capítol 2 es presenta la **metodologia** emprada per desenvolupar l'estudi.
- El capítol 3 **descriu el perfil del Gestor/a de la Producció** i s'estructura en quatre apartats, els següents: fitxa descriptiva del perfil professional, que conté les seves funcions, tasques i competències; Mapa d'oferta i de demanda, que mostra els agents amb els que interactua habitualment el perfil; estimació del nombre de llocs de treball que potencialment es podrien demandar; i, una proposta d'itinerari formatiu.
- El capítol 4 replica l'estructura del capítol anterior però **abordant el perfil del Personal Shopper**.
- Finalment, s'adjunten **4 Annexes**: en el primer, s'especifiquen les persones expertes consultades; en el segon, es presenta el model de guió d'entrevista realitzada a les persones expertes; en el tercer, es llisten les empreses consultades; en el quart, es

presenta el model de qüestionari elaborat per a les empreses; i en el cinquè, el classifiquen les fons d'informació secundàries consultades.

2 METODOLOGIA

L'elaboració de l'estudi **d'Impuls de dos perfils professionals en el sector tèxtil**, ha distingit tres metodologies, una comuna per als dos perfils professionals que es volen impulsar, que s'ha emprat durant la primera i segona fase; i dues de diferenciades, que s'ha aplicat a partir de la tercera fase. Això és així perquè les seves característiques i el potencial d'inserció en el mercat laboral per cada perfil d'estudi.

La metodologia seguida per a la prospectiva dels perfils professionals es divideix en les següents fases:

- FASE 1: Organització i pla de treball
- FASE 2: Elaboració del Mapa d'oferta i de demanda. Caracterització dels perfils professionals.
- FASE 3: Estimació dels costos i del nombre de llocs de treball.
 - FASE 3.1: *Personal Shopper*.
 - FASE 3.2: Gestor/a de la producció.

FASE 1 ORGANITZACIÓ I PLA DE TREBALL

En aquesta primera fase dels treballs l'objectiu principal ha estat establir les bases i el pla de treball a desenvolupar. En aquest sentit, a partir de la proposta inicial presentada s'han concretat els objectius operatius del projecte, s'han definit cadascuna de les fases de treball a seguir i s'ha dut a terme una definició dels recursos disponibles que permetessin abordar la definició dels perfils professionals en el sector tèxtil.

Per assolir-ho, s'ha dut a terme una reunió inicial de treball amb el Grup Motor per tal de validar el pla de treball definitiu, consensuar els objectius i començar a treballar en els contactes d'empreses i agents del sector per a la seva participació en l'estudi.

Per altra banda, un cop delimitat el pla de treball, s'ha dut a terme una entrevista en profunditat amb una persona experta del sector tèxtil i de la moda que ha proporcionat un assessorament i una visió global dels dos perfils professionals. Aquesta entrevista ha permès realitzar una primera aproximació al funcionament intern del sector, a la realitat dels dos perfils que es volen impulsar i a les seves funcions, habilitats i competències. Així mateix, aquesta mateixa persona ha facilitat contactes amb experts/es del sector per tal de realitzar entrevistes en profunditat.

Amb aquesta informació s'ha elaborat una versió inicial del Mapa d'oferta i de demanda de cadascun dels perfils.

Tasques desenvolupades

- > Reunió inicial de treball amb el Grup Motor per validar els objectius i facilitar un llistat d'empreses i agents del sector a entrevistar.
- > Reunió amb un expert del sector del tèxtil i de la moda.
- > Elaboració d'una versió inicial del Mapa d'oferta i demanda per cadascun dels perfils professionals.

FASE 2

ELABORACIÓ DEL MAPA D'OFERTA I DE DEMANDA. CARACTERITZACIÓ DELS PERFILS PROFESSIONALS

En aquesta fase s'ha aplicat una metodologia comuna per als dos perfils professionals objecte d'estudi, que s'ha desenvolupat en paral·lel per cadascun d'ells.

En aquest sentit, tant pel que fa al perfil de Gestor/a de la Producció com pel que respecta al de *Personal Shopper* s'ha partit de la versió inicial del Mapa d'oferta i de demanda (relació dels agents del sector amb els quals interactua cadascun dels perfils) i s'han realitzat entrevistes en profunditat a persones expertes que han aportat informació qualitativa.

Així, a partir d'una relació de contactes, s'ha procedit a entrevistar a les persones expertes del sector. Concretament, s'han entrevistat a 6 persones per al perfil de *Personal Shopper* i a 7 per al perfil de Gestor/a de la Producció. De forma prèvia a les consultes es va elaborar un model de guió d'entrevista.

Per altra banda, s'ha realitzat una cerca d'informació en base a fonts secundàries, com en escoles de formació específica i en borses de treball del sector. Aquesta consulta ha permès obtenir informació sobre la realitat del mercat laboral i, especialment, sobre les funcions, habilitats, competències i tasques que han de desenvolupar els perfils professionals estudiats.

A partir de l'anàlisi de la informació extreta de les entrevistes i mitjançant el treball de gabinet, s'ha elaborat la versió final del Mapa d'oferta i demanda del Gestor/a de la Producció i del *Personal*. Així mateix, aquest anàlisi ha permès elaborar una fitxa descriptiva per cada perfil que conté les funcions, tasques, coneixements i habilitats necessàries, i una proposta d'itinerari formatiu.

Tasques desenvolupades

- > Elaboració del model de guió d'entrevista persones expertes.
- > Contacte i entrevista amb 13 persones expertes del sector.
- > Treball de gabinet per cercar fonts d'informació secundàries.
- > Anàlisi de la informació qualitativa obtinguda a les entrevistes i en les fonts secundàries.
- > Elaboració de la versió definitiva del Mapa d'oferta i demanda per cadascun dels perfils.
- > Redacció de la fitxa del perfil professional i proposta d'itinerari formatiu.

FASE 3

ESTIMACIÓ DE COSTOS I DE NOMBRE DE LLOCS DE TREBALL

En aquesta tercera fase la metodologia emprada per a cadascun dels perfils ha estat diferent. Aquest fet ha estat fortament condicionat per la reorientació del perfil professional de *Personal Shopper*, del qual les conclusions extretes en la fase anterior desaconsellen aprofundir-hi més i enfocar-lo des d'un altre punt de vista més adient a la realitat empresarial.

FASE 3.1

PERSONAL SHOPPER

Pel que fa al *Personal Shopper*, per a l'estimació dels costos de contractació i del nombre de llocs de treball que es podrien generar s'ha aprofitat la informació extreta de les entrevistes realitzades en la fase anterior. En aquest sentit, la baixa penetració laboral que s'ha detectat ha desaconsellat aprofundir en l'anàlisi d'aquest perfil i ha implicat la reorientació un perfil més relacionat amb el/la dependent/a de botiga qualificat/da.

Aquesta reorientació ha estat complementada amb l'anàlisi de fonts secundàries d'informació, que van proporcionar dades sobre la seva ocupabilitat i la potencial generació de llocs de treball tenint en compte el nombre d'establiments existents a Catalunya i les diferents tipologies de contractació possibles.

Per últim, s'ha redactat la reorientació d'aquest perfil i les noves funcions, habilitats i qualificacions que ha de tenir per tal de desenvolupar l'ocupació.

Tasques desenvolupades

- > Anàlisi de fonts secundàries d'informació.
- > Reorientació del perfil professional de *Personal Shopper*.

FASE 3.2

GESTOR DE LA PRODUCCIÓ

Pel que fa al Gestor/a de la Producció, l'anàlisi de l'estimació de costos de contractació i de llocs de treball que es podrien generar ha partit de les entrevistes realitzades a empreses del sector.

Per fer-ho, s'ha elaborat un model de qüestionari tancat, fet que ha permès recollir dades quantitatives i qualitatives. En total s'han realitzat 27 entrevistes a empreses del sector (d'un total de 48 empreses contactades), el contacte de les quals el va proporcionar els diferents socis del Grup Motor de l'ACTE. El contacte inicial amb les empreses es va basar en l'elaboració d'una carta de presentació de l'estudi, que posteriorment va ser enviada pels diferents membres del Grup Motor a les empreses del seu territori.

Finalment, per tal d'aproximar els costos de contractació i els potencials llocs de treball, s'han explotat les dades obtingudes en els qüestionari i, alhora, els resultats s'han complementat amb informació obtinguda d'ofertes de feina reals dirigides a aquest perfil, entre altres fonts de consulta.

Tasques desenvolupades

- > Elaboració de la carta model enviada a les empreses per demanar la seva participació en l'estudi.
- > Elaboració del model de qüestionari per les empreses.
- > Contacte amb 48 empreses i concertació de 27 entrevistes per realitzar el qüestionari.
- > Explotació dels resultats.
- > Treball de gabinet per consultar ofertes de feina i altres fonts d'informació.
- > Anàlisi i estructuració de la informació.
- > Elaboració de l'estimació de costos de contractació i potencial de llocs de treball que el mercat laboral pot demandar.

Un cop finalitzades les fases descrites, s'ha dut a terme la redacció final de l'estudi.

3 PERFIL PROFESSIONAL DEL GESTOR/A DE LA PRODUCCIÓ

En aquest capítol es presenta de manera detallada la informació relativa al perfil professional del Gestor/a de la Producció. En concret, s'exposa el següent:

- 1. Fitxa del perfil professional.** Aquesta fitxa conté la descripció del perfil professional, les funcions i les tasques concretes que desenvolupa per realitzar cadascuna de les funcions, i les competències i habilitats necessàries per realitzar-les. Així mateix, es descriuen altres requeriments que van més enllà de les funcions que té encomanades i es realitza un breu anàlisi del context actual en el qual es troba el perfil.
- 2. Mapa d'interacció i de demanda.** El Mapa mostra els agents amb qui el Gestor/a de la Producció es relaciona o interactua en la seva feina diària. En concret, el Mapa conté les tipologia d'empreses on es pot ocupar el perfil (àmbits externs de relació o mercat) i les àrees internes de l'empresa on treballa o amb qui més es relaciona (àmbits interns de relació).
- 3. Estimació dels potencials llocs de treball.** En aquest apartat es descriu la tipologia d'empreses consultades per tal de situar el perfil en el mercat de treball del territori ACTE, i es realitza un estimació de les possibilitats reals d'inserció laboral del perfil del Gestor/a de la producció mitjançant l'explotació de la informació extreta de les entrevistes realitzades a les empreses.
- 4. Itinerari formatiu.** L'itinerari formatiu conté una proposta sobre la formació bàsica necessària per exercir de Gestor/a de la Producció estructurada per mòduls formatius, els requeriments mínims de qualificació per accedir-hi i les escoles de formació on es poden trobar els alguns dels continguts formatius que componen l'itinerari.
- 5. Cost i possibles modalitats de contractació.** En aquest apartat es descriu la tipologia de contractació més habitual del Gestor/a de la producció, i s'exposa una aproximació del seu salari brut anual.

3.1 Fitxa del perfil professional

La fitxa del perfil professional del Gestor/a de la producció es compon de sis blocs que contenen la següent informació:

- **Descripció:** descripció general del perfil en relació a les funcions principals que desenvolupa i les empreses on s'ocupa.
- **Funcions:** detall de les funcions que realitza i les tasques associades a cada una de les funcions.
- **Competències:** descripció de la capacitat i les habilitats necessàries per desenvolupar les funcions i les tasques associades al perfil professional.
- **Altres requeriments:** altres aspectes rellevants necessaris per ocupar-se en el sector tèxtil com a Gestor/a de la producció.
- **Ocupacions associades:** ocupacions relacionades amb una o més d'una de les tasques que s'associen al perfil professional del Gestor/a de la producció.
- **Context actual:** breu descripció de les empreses on es pot ocupar actualment el Gestor/a de la producció.

Descripció

El perfil professional del **Gestor/a de la producció** treballa en grans, mitjanes i petites empreses del sector tèxtil com a autònom o per compte aliè dins els àmbits d'organització i gestió de la producció i qualitat. La seva funció principal és organitzar, gestionar i controlar els processos productius del teixit en qualsevol de les seves fases, des de la fabricació de teixit fins a distribució de producte acabat, i dur a terme el control de qualitat del mateix.

Aquesta funció implica la realització de diferents tasques de control i gestió que van des del control de la compra del producte tèxtil a manufacturar, transformar, tintar o gestionar en funció de la tipologia d'empresa per tal de mantenir la producció en els nivells de compra-venda requerits per aquesta, fins al control de la qualitat i dels temps sortida del producte. En definitiva, controla les diferents fases que comprenen el procés productiu de l'empresa.

Funcions

- > Analitzar les matèries primeres, productes i processos tèxtils.
- > Organitzar i programar la producció dels teixits o dels productes i adaptar els processos si és necessari.
- > Gestionar i assegurar la qualitat del producte que comercialitza l'empresa.
- > Participar en l'organització de la logística.

Funcions
Tasques associades a cada funció

Analitzar les matèries primeres, productes i processos tèxtils

- Interpretar una fitxa tècnica de producte.
- Reconèixer les matèries primeres i els productes tèxtils (fils, fibres i tints) per tal d'adequar-les a cadascun dels processos tèxtils i del producte que s'ha d'elaborar.
- Comprovar els paràmetres dels diferents productes tèxtils en les seves diferents fases de producció mitjançant la comparació amb les mostres de referència.
- Realitzar propostes sobre nous processos o millora dels existents.
- Conèixer el preu del producte en funció dels processos de producció existents.

Organitzar i programar la producció dels teixits o prendes i adaptar els processos si és necessari

- Interpretar el manual de procediments i la tecnologia de la maquinaria per tal de determinar els temps de fabricació que dependrà del tipus de matèria primera de què es disposi.
- Organitzar el desenvolupament dels processos identificant les màquines necessàries en funció de les especificacions del producte i dels recursos humans disponibles.
- Mantenir actualitzada la informació dels processos de producció en relació al rendiment de les màquines, instal·lacions, fitxes tècniques, equip de treball, etc.
- Assegurar que els processos de producció compleixen els *timings* establerts per tal de disposar del producte en els terminis que s'hagin establert.
- Adaptar el processos en funció del temps de lliurament de producte.
- Introduir elements d'innovació en relació a la producció o a l'adquisició de matèria primera.
- Realitzar l'anàlisi diari de l'estoc amb l'objectiu d'identificar les necessitats a cobrir i executar les accions necessàries per garantir l'aprovisionament òptim de material per produir.
- Identificar la capacitat de l'empresa per fabricar el producte, i col·laborar en el procés de dimensionament del grau d'externalització.

Gestionar i assegurar la qualitat del producte que comercialitza l'empresa

- Col·laborar amb la direcció de l'empresa en les accions sobre polítiques de qualitat.
- Realitzar un control estadístic de la qualitat dels productes.
- Interpretar normes de qualitat i identificar elements a corregir en els processos de producció.
- Proporcionar informació sobre els processos productius per poder aplicar normes de qualitat.
- Garantir el compliment de les especificacions de qualitat del producte.
- Dur a terme un anàlisi de possibles proveïdors.
- Cercar i mantenir una cartera de proveïdors i dur a terme el seguiment de la seva producció.
- Negociar preus i dades de lliurament amb proveïdors i

Participar en l'organització de la logística

- Donar suport en l'aprovisionament del magatzem.
- Donar suport en l'enviament o recepció del producte a clients i proveïdors respectivament, o dels punts de venda del producte.

Competències

- > Aprenentatge i utilització dels coneixements.
- > Autonomia.
- > Capacitat analítica, conceptual i de síntesi.
- > Capacitat d'anticipació i solució de problemes.
- > Capacitat d'organització el propi temps.
- > Capacitat de coordinació d'equips de persones.
- > Capacitat de negociació i persuasió.
- > Empatia.
- > Comunicació oral.
- > Flexibilitat i capacitat d'adaptació al canvi.
- > Iniciativa.
- > Lideratge.
- > Orientació a l'assoliment.
- > Orientació al client.
- > Treball en equip.

Altres requeriments

- > Coneixement de la llengua anglesa, donat que molta de la documentació que haurà de consultar i elaborar serà en aquest idioma, i moltes de les persones amb qui haurà de comunicar-se utilitzaran l'anglès com a llengua vehicular.
- > Disponibilitat per viatjar.
- > Coneixements d'informàtica a nivell d'usuari avançat: Office o Open Office, sobre tot, fulls de càlculs, navegadors d'Internet i Outlook.
- > Coneixements de softwares de gestió.
- > Coneixement de programació de màquines de producció.

Ocupacions associades

- > Comprador/a de producte

Context actual

El **Gestor/a de la producció es pot ocupar en empreses que fabriquen producte en territori espanyol**, ja sigui perquè disposen de fàbrica pròpia o perquè els seus proveïdors es troben geogràficament propers, o bé **en empreses que fabriquen en altres continents**, principalment a l'Àsia o al Nord d'Àfrica. En aquest sentit, en funció d'aquestes dues tipologies d'empresa es poden diferenciar dos perfils de Gestor/a de la producció. **La diferència entre el primer i el segon es basa principalment en el lloc físic de treball i no tant en les tasques a desenvolupar.**

Així, per una banda, el Gestor/a de la producció que treballa en empreses que fabriquen en territori espanyol coneix els sistemes de producció interns de l'empresa o dels seus proveïdors propers, i en controla els processos. Per l'altra, el Gestor/a de la producció que treballa en empreses que fabriquen en territori estranger, visita les fàbriques en aquests territoris i realitza la compra de producte o el control de qualitat en els país de fabricació. Això implica que aquest segon perfil ha de tenir unes competències idiomàtiques suficientment desenvolupades i una capacitat de negociació superiors al primer, ha de disposar de disponibilitat per viatjar i adaptar-se a un horari de treball flexible.

Convé destacar que el Gestor/a de la producció és un comandament intermedi que és capaç de prendre decisions

de manera autònoma i que segons la grandària de l'empresa té personal al seu càrrec. Aquest personal pot estar format ajudants de la producció a han de tenir, així mateix, un coneixement profund del teixit.

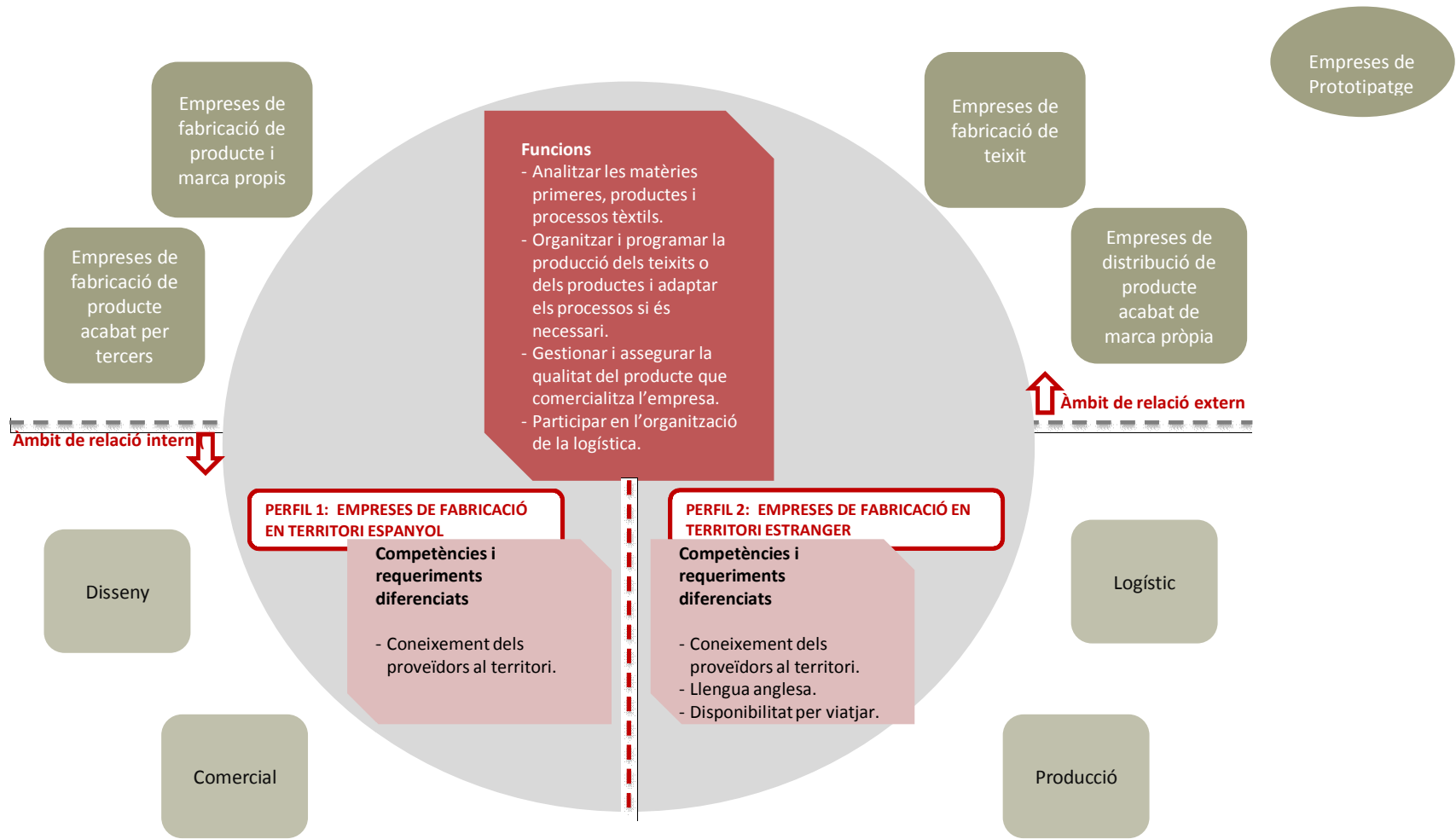
3.2 Mapa d'oferta i de demanda

El Mapa d'oferta i de demanda del perfil professional del Gestor/a de la producció conté la següent informació:

- **Tipologies d'empresa en les que es pot ocupar** (àmbits de relació externa).
- **Àrees internes de l'empresa amb qui es relaciona** o s'ocupa (àmbits de relació intern).
- **Funcions principals que desenvolupa** el Gestor/a de la producció, i que es troben recollides a l'apartat 3.1 d'aquest mateix capítol.
- **Competències i requeriments que diferencien** dos perfils professionals de gestors/es de la producció segons les empreses on s'ocupen:
 - **Perfil 1: empreses de fabricació en territori proper (espanyol).**
 - **Perfil 2: empreses de fabricació a la resta del món.**

A continuació es mostra l'esquema del mapa de l'oferta i la demanda del perfil professional del Gestor/a de la producció.

MAPA DE L'OFERTA I LA DEMANDA DEL PERFIL PROFESSIONAL DEL GESTOR/A DE LA PRODUCCIÓ



Pel que fa a les **tipologies d'empresa on es pot ocupar o àmbit de relació extern**, el Gestor/a de la producció pot treballar en empreses del tipus:

- **Empreses de fabricació de producte acabat.** Aquestes empreses disposen de tallers propis de producció o bé n'externalitzen els serveis a altres empreses o tallers de teixidura situats a Catalunya o Espanya, o localitzats en països emergents, sobre tot a l'Índia, a Turquia o al Marroc. Les empreses de producte acabat es poden classificar en dos grups:
 - Les de producte acabat de marca pròpia. Són les que fabriquen els seus propis productes i disposen d'una marca pròpia. Es caracteritzen perquè el procés de producció passa des de la conceptualització del producte (disseny de la col·lecció) fins a la sortida del producte acabat als diferents punts de venda o clients.
 - Les de producte acabat per tercers. Són les que fabriquen productes sense marca que són comercialitzats per tercers. Els seus clients són, normalment, grans cadenes de distribució de producte. Es caracteritzen perquè el procés de producció pot començar en el disseny i finalitzar en el moment de lliurament de producte, inclòs l'etiquetatge amb la marca de l'empresa de distribució, o bé pot començar directament en la fabricació del producte sense passar pel disseny i conceptualització d'una col·lecció.
- **Empreses de fabricació de teixit.** Aquestes empreses són les que manipulen el teixit en estat pur i el manufacturen perquè passi al següent procés de producció per obtenir la peça acabada, procés que normalment duen a terme empreses de fabricació de producte; o bé empreses que manipulen el teixit que ha passat per un primer procés de manufactura i en realitzen el tint o altres tractaments addicionals.
- **Empreses de distribució de producte acabat de marca pròpia.** Són les que distribueixen el producte acabat als seus punts de venda o clients multimarca, i que normalment ha estat fabricat per altres empreses.
- **Empreses de prototipatge.** Són les que realitzen prototipus de peces de roba amb una producció molt baixa en quantitat. Aquestes empreses es caracteritzen per ser micropimes, amb la qual cosa la persona que gestiona la producció és la mateixa que la que realitza el procés comercial i de disseny. No obstant, existeixen empreses de fabricació (pimes) que també realitzen prototipus, en aquest cas les funcions del Gestor/a de la producció no difereixen pel fet de fabricar peces en cadena o produir prototipus.

Aquestes tipologies d'empreses **condicionen amb major o menor mesura les tasques concretes que ha de realitzar el/la Gestor/a de la producció** i els **àmbits interns o àrees de l'empresa amb**

qui es relaciona. No obstant, abans d'entrar en les diferències concretes de les tasques que realitza el Gestor/a de la producció, convé recordar les funcions que desenvolupa, les següents:

- Analitzar les matèries primeres, productes i processos tèxtils.
- Organitzar i programar la producció dels teixits o dels productes i adaptar els processos si és necessari.
- Gestionar i assegurar la qualitat del producte que comercialitza l'empresa.
- Participar en l'organització de la logística.

Tal i com s'observa al Mapa i com es comentava anteriorment, la tipologia d'empreses on treballa el Gestor/a de la producció condiona en gran part les seves tasques associades o la seva importància. En concret, les tasques diferenciades que ha de realitzar el/la Gestor/a de la producció que es defineix en el present estudi són relativament diferents en funció de si l'empresa on s'ocupa fabrica en territori espanyol, en aquest cas el perfil professional es coneix com Gestor/a de la producció; o si l'empresa fabrica en territori internacional, en aquest cas el perfil professional es coneix com a Comprador/a de producte.

A continuació, a la taula 1 següent es descriuen les tasques que diferencien un perfil (Gestor/a de la producció) de l'altre (Comprador/a de producte):

Taula 1: Tasques que diferencien el perfil del Gestor/a de la producció i del Comprador/a del producte

Perfil 1: empreses de fabricació en territori espanyol. Gestor/a de la producció	Perfil 2: empreses de fabricació en territori internacional. Comprador/a de producte
Coneixement específic dels processos de producció de les empreses o tallers de fabricació on es produeix el producte. Això implica desplaçaments als tallers de fabricació situats a Espanya per dur a terme un control de la producció i de la qualitat.	Coneixement específic dels processos de producció dels tallers de fabricació situats als països internacionals de producció. Això suposa desplaçar-se al país d'origen del producte per tal de garantir la qualitat i realitzar el seguiment del procés de producció. Per tant, condiona l'horari de treball i requereix de disponibilitat per viatjar.
Coneixement profund del mercat de proveïdors locals i estatals.	Coneixement del mercat de proveïdors internacionals , principalment, dels que se situen en països emergents.
Coneixement bàsic de la llengua anglesa que suposi l'enteniment d'una fitxa tècnica de producte.	Coneixement fluid de la llengua anglesa donat que haurà d'entendre la fitxa tècnica de producte però, a més, haurà de negociar preus amb proveïdors que tenen com a llengua pròpia una de diferent a l'anglesa però que la utilitzen com a llengua de negociació.
Coneixement profund de la filosofia de l'empresa on treballa per tal de traspasar-la al	Coneixement profund de la filosofia de l'empresa on treballa donat que l'haurà de

personal que té a càrrec en l'àmbit de producció o als tallers de fabricació externs.

transmetre al personal que tingui a càrrec i als **proveïdors situats a en territori internacional.**

Pel que fa a les **àrees internes de l'empresa amb qui es relaciona** o àmbit de relació intern, el/la Gestor/a de la producció es comunica de manera fluida amb els següents:

- **Àmbit del Disseny.** En les empreses en que es porta a terme el disseny i la conceptualització del producte, l'àmbit del Disseny traspasa la informació tècnica o fitxa de producte al Gestor/a de la producció per tal que aquest organitzi el procés, distribueixi les tasques entre el personal de producció i programi les màquines de teixidura.
- **Àmbit Comercial.** L'àmbit Comercial informa al Gestor/a de la producció del volum de compra efectuat pel clients i dels temps de lliurament acordats amb aquest per tal que el Gestor/a de la producció pugui elaborar un pla de treball adequat i ajustat als *timings* establerts.
- **Àmbit Logístic.** L'àmbit Logístic es relaciona molt directament amb el Gestor/a de la producció donat que és el que un cop finalitzada la fabricació del producte, n'organitza la seva distribució a casa del client o als punts de venda. En aquest sentit, la comunicació entre els àmbits de producció i logística és essencial perquè tot el procés es dugui a terme en els temps i qualitat establerts per l'empresa i el client.
- **Àmbit de Producció.** És l'àmbit on habitualment s'ocupa el Gestor/a de la producció i exerceix les seves funcions i tasques. No obstant, en ocasions, quan les empreses no tenen una dimensió molt gran l'àmbit de Producció es troba incorporat a l'àmbit Comercial o de Disseny.

Convé destacar que la classificació efectuada per àmbits interns de l'empresa es basa en una aproximació en funció de la informació obtinguda; això no vol dir que l'estructura empresarial del sector tèxtil en el territori estigui necessàriament distribuïda en els àmbits esmentats. En aquest sentit, algunes de les empreses consultades no presenten una separació clara entre els diferents àmbits, i alguns/es treballadors i treballadores es troben a cavall entre uns i altres.

3.3 Estimació dels potencials llocs de treball

En aquest apartat es realitza una estimació dels potencials llocs de treball del Gestor/a de la producció i la seva capacitat d'inserció en el mercat laboral, que s'ha basat en les entrevistes personals realitzades a persones expertes del territori i en l'explotació de dades dels qüestionaris realitzats a les empreses del sector proporcionades pel Grup Motor de l'ACTE. No obstant,, abans

d'entrar en aquest anàlisi, convé realitzar una breu descripció de la tipologia d'empreses consultades.

Descripció de les empreses consultades

L'activitat de les empreses tèxtils consultades es troba en línia amb la tipologia d'empreses descrites en l'apartat 3.2. Mapa d'oferta i de demanda d'aquest mateix capítol. En concret, de les entrevistades, el **20% són empreses de fabricació de teixit, el 72% de fabricació de producte acabat de marca pròpia o per tercers** que realitzen també distribució del producte, i el 8% de prototipatge.

Pel que fa al **volum de facturació**, la majoria de les empreses entrevistades es troba entre els **2 i 10 milions d'euros** (40%) i els **10 i 50 milions d'euros** (29%); la resta, se situa en menys de 2 milions d'euros. Pel que fa a la **dimensió del mercat** en que operen, és majoritàriament **estatal** amb un 67% de la producció; la resta, es distribueix entre Europa (un 21% de la producció) i la resta del món (un 12%).

Pel que respecta a la **dimensió de les empreses** consultades la majoria es troben entre els **20 i els 60 treballadors** i treballadores amb un **percentatge superior de personal femení** (60%) respecte al masculí (40%). En aquest sentit, convé destacar que **el perfil de treballador/a del sector tèxtil és una dona amb molta experiència professional al sector que treballa principalment realitzant funcions de confecció, patronatge o fabricació de producte**. D'altra banda, els treballadors i treballadores de les empreses consultades tenen com a residència habitual el municipi on es troba l'empresa (45% del personal), la comarca (45% dels treballadors i treballadores) i, molt marginalment, provenen de fora de la comarca (un 10% del personal).

Estimació dels llocs de treball

Convé destacar que el sector tèxtil i de la confecció ocupa un espai important dins l'estructura industrial catalana, no obstant, en les últimes dècades l'evolució d'aquesta activitat s'ha vist molt marcada per la creixent globalització del sector i el creixement de països en vies de desenvolupament, on s'han establert empreses de fabricació de teixit i producte acabat que competeixen directament en preu i costos amb les empreses catalanes. Així, el sector tèxtil català ha patit fortes crisis que s'han esdevingut en els últims anys i que han implicat o bé l'externalització de la producció als esmentats països, o bé el tancament d'empreses i, en conseqüència, la pèrdua de llocs de treball.

En aquest context, moltes de les escoles de formació de tradició tèxtil han desaparegut o bé han reduït la seva oferta, és el cas, per exemple, de l'Escola Universitària d'Enginyeria Tècnica en

teixits de punt de Canet de Mar, que s'ha convertit en un centre d'investigació del sector. Això, ha condicionat així mateix, la disponibilitat de persones qualificades per treballar al sector i l'interès de les mateixes per fer-ho, donat que la indústria tèxtil té una capacitat limitada d'absorbir treballadors i treballadores.

En aquest sentit, el **78% de les empreses consultades han manifestat que** en general **no és senzill trobar personal qualificat** per treballar al sector. Els **motius** pels quals no és fàcil cobrir els llocs de treball que requereixen són:

- Perquè no es troben persones qualificades per exercir-los (42% de les empreses).
- Perquè contractar persones sense la qualificació necessària suposa un cost de formació que no és assumible per l'empresa (5% de les empreses).
- Perquè no es presenten candidats/es per aquestes ocupacions (11% de les empreses).

No obstant, convé esmentar que algunes de les **característiques que es requereixen per treballar al sector que les empreses creuen que són imprescindibles per ocupar-se com a Gestor/a de la producció i que van més enllà del coneixement tècnic**, són les següents:

- Experiència demostrable al sector tèxtil.
- Capacitat d'adaptació al canvi.
- Coneixement de la llengua anglesa.
- Responsabilitat vers les tasques encomanades.
- Disponibilitat per viatjar

Aquests requeriments també queden recollits en l'apartat 3.1 Fitxa del perfil professional del Gestor/a de la producció d'aquest mateix capítol.

Entre els **perfils professionals que més dificultats tenen per cobrir** es troben els que s'exposen a la taula 2 següent:

Taula 2: Perfils professionals amb dificultats per cobrir

Perfils professionals amb dificultats per cobrir
Expert/a en fibres sintètiques
Tècnic/a tèxtils
Venedor/a amb coneixements tèxtils i comercials
Programador/a de màquines

Gestor/a de la producció especialitzats en màquines

Contramestre/a

Comercial tèxtils

Product Manager

Texidor/a

Patronista

Comandaments intermedis en tallers de producció

Cap d'exportació de producte

Tècnic/a de control de qualitat

Mecànic/a de màquines

Font: Explotació de dades dels qüestionaris realitzats a les empreses

Convé destacar que entre els perfils professionals amb més dificultats per cobrir que s'observen a la taula anterior s'hi troben perfils que es poden associar a l'àmbit de producció de les empreses, són els casos de: Expert/a en fibres sintètiques, Tècnic/a tèxtils, Programador/a de màquines, Gestor/a de la producció especialitzats en màquines, Contramestre/a, Texidor/a, Comandaments intermedis en tallers de producció i Tècnic/a de control de qualitat.

Aquesta varietat de perfils ve donada per la nomenclatura que les diferents tipologies d'empresa atorguen a les persones que hi treballen, i està associada a la seva organització i els seus processos interns de producció. En aquest sentit, les tasques que realitza el Gestor/a de la producció que ocupa el present estudi es troben en molts casos vinculades a algunes de les tasques que realitzen els perfils amb més dificultat per cobrir esmentats.

D'altra banda, quan se'ls ha preguntat sobre la utilitat d'alguns perfils professionals associats al sector, han manifestat que tant **el Gestor/a de la producció (en empreses de fabricació estatal) com el Comprador/a de producte (en empreses de fabricació internacional) els serien d'utilitat**. En el primer cas, en un 20% de les empreses consultades i, en el segon cas, en un 23%. Això, denota cert interès per contractar a aquests perfils professionals si es donés el cas que les empreses estiguessin disposades a incorporar nou personal, no obstant, aquest fet està condicionat al creixement i internacionalització de les empreses del sector.

De fet, el **81% de les empreses han exposat que no estarien en condicions de contractar nou personal** donat que la situació històrica de crisi del sector, actualment agreujada per l'actual situació econòmica, els impedeix ampliar la plantilla. Així, només el **19% de les empreses han manifestat que estarien disposades a contractar nou personal**. En concret, els perfils professionals que els serien d'utilitat i que estarien disposades a contractar són els que es mostren a la taula 3 següent:

Taula 3: Perfils professionals d'utilitat per les empreses

Perfils professionals d'utilitat per les empreses i que estarien disposades a contractar
Comercial amb estudis de màrqueting
Dissenyador/a -Comprador/a
Comercial internacional
Gestor/a de la producció
Tècnic/a de producte
Programador/a de màquines

Font: Explotació de dades dels qüestionaris realitzats a les empreses

De la taula anterior, es desprèn que a més del Gestor/a de la producció, existeixen dos perfils amb tasques semblants a les que desenvolupa el Gestor/a en les seves diferents categories de professionalitat, són el programador/a de màquines i el/la tècnic/a de producte. Aquests dos perfils si bé és cert que no s'adapten totalment al perfil del Gestor/a de la producció també ho és que algunes de les tasques que desenvolupen també estan associades a la es que duu a terme el perfil professional en estudi.

D'altra banda, cal remarcar que un **85% de les empreses consultades han dut a terme algun procés de reorientació del seu negoci**, principalment, de producte i de mercat al qual es dirigeixen; per a assolir-ho, el **49% de les empreses han requerit de la contractació de personal**. En aquest sentit, els **perfils professionals que han necessitat** per dur a terme la reorientació de l'activitat són els que es mostren a la taula 4 següent:

Taula 4: Perfils professionals contractats

Perfils professionals contractats com a conseqüència d'una reorientació de l'activitat
Cap de departament d'exportació
<i>Product Manager</i>
Tècnic/a especialista en teixits de punt
Gestor/a de la producció exterior o Comprador/a de producte
Responsable de punts de venda
Comercial amb coneixements tèxtils
<i>Retail Manager</i>

Font: Explotació de dades dels qüestionaris realitzats a les empreses

Pel que fa als perfils professionals contractats esmentats a la taula anterior convé destacar el Cap de departament d'exportació, perfil que durant el procés d'enquestació ha aparegut com a emergent. D'altra banda, tot i que el 85% de les empreses manifesten que no ampliaran la seva plantilla durant el 2011 i 2012 o, en tot cas, ho faran de manera puntual per necessitats de producció contractant operaris/es de taller no qualificats, l'anàlisi de la informació obtinguda en el procés d'enquestació reflecteix **un cert interès per la figura del Comprador/a de producte** donat que les empreses s'han adonat de la importància de disposar d'una persona que realitzi les tasques de compra de teixit o producte acabat a l'estranger, en controli els processos de producció i en faci un seguiment.

Aproximació en xifres de llocs de treball

Per tal de realitzar una aproximació als potencials llocs de treball per al Gestor/a de la producció, a continuació es mostra la taula 5, que conté el nombre d'activitats comercials majoristes dedicades al tèxtil, confecció, calçat i roba de cuir situades als municipis objecte d'estudi.

Taula 5: Nombre d'activitats comercials majoristes dedicades al tèxtil, confecció, calçat i roba de cuir al territori ACTE

Municipis del territori ACTE-Grup Motor	Número d'empreses
Badalona	152
Igualada	26
Manresa	24
Mataró	130
Sabadell	169
Terrassa	100
Total	601

Font: Anuario Económico de España, La Caixa 2010

Tal i com s'observa a la taula Sabadell, Badalona, Mataró i Terrassa presenten xifres iguals o superiors a 100 empreses dedicades a l'activitat de la confecció. Manresa i Igualada se situen entre les 24 i 26 empreses, valor que també cal considerar significatiu si es té en compte que dels 141 municipis que presenten activitat econòmica majorista en teixit, confecció, calçat i roba de cuir a la província de Barcelona, només 19 superen les 20 empreses. En aquest sentit, el mercat de treball del territori ACTE presenta una capacitat d'absorció de treballadors i treballadores del sector tèxtil superior a la resta dels municipis de la comarca. Això, no només és degut a la tradició tèxtil del territori sinó també a les transformacions que aquest ha experimentat.

Finalment, a tall de resum cal remarcar que:

Les empreses han manifestat en la seva majoria que la manca d'una formació reglada en el sector dificulta les possibilitats de disposar de persones qualificades i que, si bé actualment la situació econòmica impedeix facilitar la contractació de nou personal, en un futur serà necessari contractar-ne, donat que es tracta d'un sector molt envellit en que el personal que hi treballa es caracteritza per ser major de 45 anys i, per tant, serà necessari un relleu generacional. En aquest sentit, les empreses manifesten la importància de disposar de persones coneixedores del sector, no només quant a funcionament de les empreses i del mercat, sinó a també a nivell tècnic i de teixit, conceptes que defineixen els coneixements i les tasques que requereix i desenvolupa el Gestor/a de la producció.

3.4 Itinerari formatiu

A continuació es presenta l'itinerari formatiu per al perfil professional del Gestor/a de la producció. En concret es proposa la realització de 210 hores de formació màxima distribuïdes en 5 mòduls formatius, i es proposa un nombre d'hores mínimes necessàries per a assolir uns coneixements bàsics. Els mòduls formatius són els següents:

- **Mòdul 1: Matèries, productes i processos tèxtils.** Aquest mòdul pretén desenvolupar competències en relació a la determinació de matèries i productes tèxtils d'acord a criteris tècnics, relacionar les diferents matèries tèxtils existents, i identificar els diferents processos d'obtenció de fil, fibra i teixit.
- **Mòdul 2: Organització de la producció.** Aquest mòdul estableix les bases necessàries per elaborar un programa de producció, descriure l'organització bàsica de les empreses, caracteritzar i descriure els processos productius que intervenen en el desenvolupament de productes tèxtils, i organitzar i processar la informació i documentació de producció i control.
- **Mòdul 3: Gestió de la qualitat.** Aquest mòdul pretén desenvolupar les capacitats necessàries per analitzar un sistema de qualitat en una empresa tèxtil, elaborar processos de control de qualitat aplicats a la indústria i avaluar-ne els resultats.
- **Mòdul 4: Programació de màquines.** Aquest mòdul estableix les bases per conèixer els sistemes de programació de màquines de teixidura per tal de realitzar la posada a punt i preparació de les màquines, equips i eines de producció de teixits.
- **Mòdul 5. Llengua anglesa.** Aquest mòdul proporciona els coneixements bàsics i imprescindibles per identificar i saber utilitzar la llengua anglesa en el sector tèxtil.

Mòdul 1 Matèries, productes i processos tèxtils

- > Fibres. Classificació. Característiques i aplicacions.
- > Esquema general d'obtenció
- > Fils. Classificació. Característiques, estructures, propietats i aplicacions.
- > Productes i subproductes de la fibra i filatura.
- > Teles no teixides. Característiques, estructures, propietats i aplicacions.
- > Teixits de punt i calada. Classificació, característiques, aplicacions i estructures.
- > Productes i subproductes de teixidura.
- > Aplicació dels teixits als articles tèxtil.
- > Procés general d'obtenció de fil, fibra i teixit.

30 h
20 h

Mòdul 2

Organització de la producció

- > Processos de fabricació: classificació i tipologia.
- > Productes: peces i complements.
- > Operacions unitàries dels processos i seqüenciació.
- > Requeriments del procés: implantació, manteniment, control i productivitat.
- > Diagrames de processos.
- > Introducció i estudi de mètodes i temps. Millora de mètodes.
- > Metodologia per determinar temps de procés.
- > Conceptes de planificació i programació.
- > Programació per comanda i contra estoc.
- > Determinació de capacitats i càrregues de feina.
- > Terminis d'execució.
- > Aprovisionament i estoc.
- > Sistemes informàtics de programació.
- > Costos industrials de la producció. Tipus i components del cost.
- > Cost previst i cost real. Determinació de desviacions.
- > Negociació: estratègies
- > Documentació del procés.
- > Tècniques de comunicació. Redacció d'informes.

80 h
70 h

Mòdul 3

Gestió de la qualitat

- > Gestió de la qualitat.
- > Qualitat i productivitat: conceptes fonamentals.
- > Normes ISO 9001 i 14001.
- > Manual de qualitat i Manual de procediments.
- > Control de la qualitat en la recepció de matèries i productes de proveïdors.
- > Control de qualitat als processos de fabricació.
- > Control de qualitat al producte final.
- > Control de qualitat en el servei.
- > Cost de la qualitat.
- > Fitxes tècniques i Manuals de manteniment.
- > Manuals de màquines. Historial de màquines i equips.
- > Manteniment preventiu i correctiu.
- > Control de la producció
- > Indicadors de producció.
- > Mètodes i tècniques d'anàlisi. Índex de productivitat.
- > Tècniques de seguiment de la producció. Procediments d'ajust.
- > Mètodes i temps de producció.

40 h
30 h

Mòdul 4 Programació de màquines

- > Màquines i equips de teixidura.
- > Ordidors seccionals, directe i de mostres.
- > Màquines Kette.
- > Màquines Raschel.
- > Màquines circulars d'ordidura i "crochet".
- > Terminals informàtics de les màquines.
- > Tècniques de programació (mecànica, electrònica i informàtica).
- > Diferents formes d'introducció de dades.
- > Possibilitats d'obtenció de productes en cada tipus de màquina.
- > Equips industrials de recollida i tractament d'informació.

30 h

20 h

Mòdul 5 Idiomes

- > Anglès tècnic aplicat al sector tèxtil i de la moda.
- > Anglès tècnic aplicat a la negociació.

30 h

20 h

Per a la realització de l'itinerari formatiu convé destacar que:

L'itinerari de formació plantejat suposa un nivell de qualificació mínima per accedir-hi donat que els conceptes que en aquest s'exposen són complexes i requereixen d'un coneixement previ del sector (experiència professional) o bé d'una base formativa reglada que com a mínim ha de situar-se en la possessió d'algun títol de cicle formatiu de grau mitjà.

Finalment, convé esmentar que si bé no existeix formació específica de Gestor/a de la producció sí existeix formació que pot facilitar la inserció laboral de persones al sector per treballar d'aquest perfil professional, són les següents:

- **Enginyeria tècnica industrial, especialitat tèxtil.** Escola Universitària d'Enginyeria Tècnica Industrial de Terrassa (UPC).
- **Production Processes.** Instituto Europeo di Design de Barcelona.
- **Cicles formatius existents relacionats amb el sector tèxtil** que pertanyen a la família professional del tèxtil, confecció i pell:

- Cicle formatiu de grau mitjà en Confecció i moda.
- Cicle formatiu de grau superior de Patronatge i moda.

3.5 Cost i possibles modalitats de contractació

A continuació es fa una aproximació del cost i de les possibles modalitats de contractació del perfil professional del Gestor/a de la producció basada en l'anàlisi de la informació qualitativa obtinguda en el procés d'enquestació i en la cerca en fonts secundàries, principalment ofertes de feina en borses de treball especialitzades del sector.

Modalitat de contractació

Les empreses del sector tèxtil es caracteritzen per tenir una rotació de personal baixa i, per tant, per presentar una **plantilla estable** de personal. Això es degut a que la reestructuració del sector provocada per la globalització va provocar l'expulsió del mercat de treball de treballadors i treballadores i el personal actual existent és el que en el seu moment es va mantenir. En aquest sentit, el 100% de les empreses consultades expressa que **la tipologia de contractació més habitual i majoritària és la de contracte indefinit a jornada completa amb un torn de matí i tarda**. No obstant, algunes empreses han manifestat que per necessitats de producció realitzen contractacions temporals de personal de taller durant dos o tres mesos.

Pel que respecta a la incorporació de nou personal en règim de pràctiques o mitjançant un contracte de formació, les empreses del sector no manifesten, en general, un interès especial. De fet, més enllà de la formació interna necessària per al funcionament de l'organització, les empreses del sector no solen programar formació de demanda (formació continua).

En aquest sentit, sembla adient posar en marxa algun mecanisme de sensibilització dirigit a empreses perquè impulsin accions que facilitin al incorporació de persones en pràctiques o amb contractes de formació per tal de generar professionals amb expertesa professional al sector. Això es podria aconseguir generant convenis de col·laboració entre escoles de formació reglada i no reglada amb les empreses del sector.

Pel que fa al **Gestor/a de la producció**, i que seria aplicable a qualsevol perfil professional de nova contractació, les empreses han indicat que la tipologia de contractació seria la d'un **contracte de prova durant tres o sis mesos per convertir-se en indefinit si la persona compleix els requisits**. En ocasions s'ha detectat un cert interès per contractar persones de manera autònoma, principalment, en aquells perfils que realitzen tasques puntuals o per necessitats de producció, no obstant, aquest no seria la situació més habitual per al perfil d'estudi.

Cost del Gestor/a de la producció

El **salari del Gestor/a de la producció dependrà de les responsabilitats** que aquest/a hagi d'assumir, els **coneixements** de què disposi i de l'**experiència** demostrable. Convé destacar que el Gestor/a de la producció que exerceixi de Comprador/a de producte, en empreses de fabricació de producte en països estrangers, haurà de tenir disponibilitat per viatjar i molt probablement haurà de desenvolupar les seves funcions en altres països durant temporades determinades (dies o mesos), el que repercutirà positivament en el seu sou brut anual. En canvi, el Gestor/a de la producció, que s'ocupa en empreses de fabricació espanyola, tot i requerir de disponibilitat per viatjar a nivell nacional o estatal, disposa de més marge per flexibilitzar el seu horari laboral.

Així, **el salari brut anual d'un Gestor/a de la producció se situa en una forquilla d'entre 25.000 €/bruts anuals i 35.000 €/bruts anuals.**

4 PERFIL PROFESSIONAL DEL PERSONAL SHOPPER

En aquest capítol es presenta de manera detallada la informació relativa al perfil professional del *Personal Shopper*. En concret, s'exposa el següent:

- 1. Fitxa del perfil professional.** Aquesta fitxa conté la descripció del perfil professional, les funcions i les tasques concretes que desenvolupa per realitzar cadascuna de les funcions, i les competències i habilitats necessàries per realitzar-les. Així mateix, es descriuen altres requeriments que van més enllà de les funcions que té encomanades i es realitza un breu anàlisi del context actual en el qual es troba el perfil.
- 2. Mapa d'interacció i de demanda.** El Mapa mostra els agents amb qui el *Personal Shopper* es relaciona o interactua en la seva feina diària. En concret, el Mapa conté les tipologies d'empreses on es pot ocupar el perfil (àmbits externs de relació o mercat) i les àrees internes de l'empresa on treballa o amb qui més es relaciona (àmbits interns de relació).
- 3. Estimació dels potencials llocs de treball.** En aquest apartat es descriu la tipologia d'empreses consultades per tal de situar el perfil en el mercat de treball del territori ACTE, i es realitza un estimació de les possibilitats reals d'inserció laboral del perfil del Gestor/a de la producció mitjançant l'explotació de la informació extreta de les entrevistes realitzades a les empreses.
- 4. Itinerari formatiu.** L'itinerari formatiu conté una proposta sobre la formació bàsica necessària per exercir de *Personal Shopper* estructurada per mòduls formatius.
- 5. Cost i possibles modalitats de contractació.** En aquest apartat es descriu la tipologia de contractació més habitual del *Personal Shopper*, i s'exposa una aproximació del seu salari brut anual.

4.1 Fitxa del perfil professional

La fitxa del perfil professional del *Personal Shopper* es compon de sis blocs que contenen la següent informació:

- **Descripció:** descripció general del perfil en relació a les funcions i les tasques.
- **Funcions:** detall de les funcions que realitza i les tasques associades a cada una de les funcions.
- **Competències:** descripció de la capacitat i les habilitats necessàries per desenvolupar les funcions i les tasques associades al perfil professional.
- **Altres requeriments:** altres aspectes rellevants necessaris per ocupar-se en el sector tèxtil com a *Personal Shopper*.
- **Ocupacions associades:** ocupacions relacionades amb una o més d'una de les tasques que s'associen al perfil professional del *Personal Shopper*.
- **Context actual:** breu descripció de les empreses on es pot ocupar actualment el *Personal Shopper*.

Descripció

El **Personal Shopper** és un professional que s'encarrega de dur a terme la compra de les peces de roba i complements, ja sigui acompanyant al seu client o bé substituint-lo.

Els seus serveis es poden sol·licitar tant per a la vida quotidiana (actualització de vestuari, novetats, ...), com per motiu d'actes o esdeveniments especials.

El **Personal Shopper** tria allò que és més adient per a la imatge del seu client, a partir de consideracions relacionades amb la morfologia, el color i l'estil personal, podent assolir funcions d'assessor integral de la imatge del seu client.

Funcions

- > Interpretar l'estil i la imatge personal del client.
- > Assessorar al client per a l'optimització de la imatge que vol transmetre.
- > Acompanyar i assessorar al client en l'acte de compra.
- > Substituir al client en l'acte de compra.
- > Gestionar el servei postvenda.

Funcions

Interpretar l'estil i la imatge personal del client

Assessorar al client per a l'optimització de la imatge que vol transmetre

Tasques

- Entrevista personal al client que permeti copsar la seva personalitat, tipologia corporal, imatge que es pretén transmetre, etc.
- En funció de les necessitats del client, es podrà concloure amb un informe bàsic d'estil personal, o bé aprofundir amb més sessions de complement:
 - Elaborar un estudi d'estilisme i proporcions que permeti assessorar sobre roba, complements i colors adequats.
 - Elaborar un estudi del rostre que permeti assessorar sobre maquillatge, perruqueria, complements i colors.
 - Elaborar un estudi específic del color que relacioni els trets específics del client amb els conceptes que potencia cada color.
 - Elaborar un assessorament sobre habilitats socials i comunicació no verbal en general, i sobre protocol associat a esdeveniments específics.

- Transmetre al client els resultats de les tasques realitzades en la/les sessions de la fase prèvia.
- Informar al client de les tècniques que li haurien de permetre potenciar les seves fortaleses i neutralitzar les seves debilitats, respecte a la imatge personal que es vol transmetre.
- Identificar als proveïdors i les firmes que poden proporcionar les peces de roba i complements en funció de la talla i les mides del client.

Acompanyar al client en l'acte de compra

Per dur a terme aquesta funció, és recomanable haver realitzat, al menys, l'entrevista prèvia que permeti tenir definides les necessitats d'imatge del client.

- Preseleccionar les peces de roba i complements adients per a les necessitats del client.
- Negociar amb els establiments a visitar condicions que afavoreixin el tracte personalitzat al client: reserva d'espai privat, emprovadors, horaris, etc.
- Acompanyar al client als establiments triats i presentar-li els productes preseleccionats.
- Assessorar al client sobre la conveniència dels productes triats.

Substituir al client en l'acte de compra

Per dur a terme aquesta funció, és recomanable haver realitzat, al menys, l'entrevista prèvia que permeti tenir definides les necessitats d'imatge del client.

- Realitzar les compres necessàries en funció de les necessitats pactades amb el client.
- Presentar al client les compres realitzades, al seu domicili o en la pròpia oficina del *Personal Shopper*.

Gestionar el servei postvenda

- Comprovar que les peces finalment adquirides s'adeqüen als requisits de qualitat plantejats.
- Realitzar els arranjaments, canvis o devolucions que es considerin necessaris.
- Avaluar amb el client la satisfacció final del servei prestat.

Competències

- > Capacitat d'autoaprenentatge, lligat a un perfil de tipus molt aspiracional.
- > Cultura general.
- > Interès per l'estètica i les tendències de la moda.
- > Orientació al client.
- > Creativitat.
- > Preferible coneixement d'idiomes. Mínim anglès.

- > Autoconfiança.
- > Autonomia.
- > Capacitat d'organitzar-se el propi temps.
- > Capacitat de negociació i persuasió.
- > Dots de comunicació oral.
- > Empatia.
- > Extroversió.
- > Flexibilitat i capacitat d'adaptació al canvi.
- > Iniciativa.
- > Orientació a l'assoliment.

Altres requeriments

- > Relació amb el sector. Coneixement de corrents estètics actuals i futurs.
- > Llistat propi de proveïdors i marques comercials de peces de roba i complements, a la seva zona geogràfica d'influència, i a la resta del país.
- > Coneixement de xarxes socials.
- > Gestió de blog propi sobre tendències i moda.
- > Mentalitat oberta.

Context actual

El *Personal Shopper* és un perfil professional que s'origina als Estats Units a la dècada als anys 80 i que té un creixement important a partir dels anys 90, associat a la realització de compres per a personal executiu i amb elevat poder adquisitiu.

Als darrers anys, a Barcelona i el seu entorn metropolità, professionals de la moda i la imatge personal han incorporat aquest servei, relacionat amb una certa repercussió mediàtica i de glamour.

En aquest context, diverses escoles han desenvolupat cursos sobre Personal Shopping com a professió de futur, tot i que l'oferta disponible es concentra en pocs professionals molt consolidats, combinada amb un ampli ventall de freelance amb poc mercat al que accedir.

Els serveis de *Personal Shopper* també han començat a oferir-se, de manera global per a un conjunt d'establiments, des de centres comercials. Aquesta és una tendència no massa consolidada i, en qualsevol cas, subcontractada a les

empreses existents.

Des dels establiments comercials de determinades marques d'implantació territorial àmplia també s'ha publicitat l'existència d'aquest servei. A dia d'avui, sembla que no es contracta personal específic per a dur a terme aquesta funció en els establiments, però que s'aposta per la incorporació d'aquestes funcions al personal dependent de comerç.

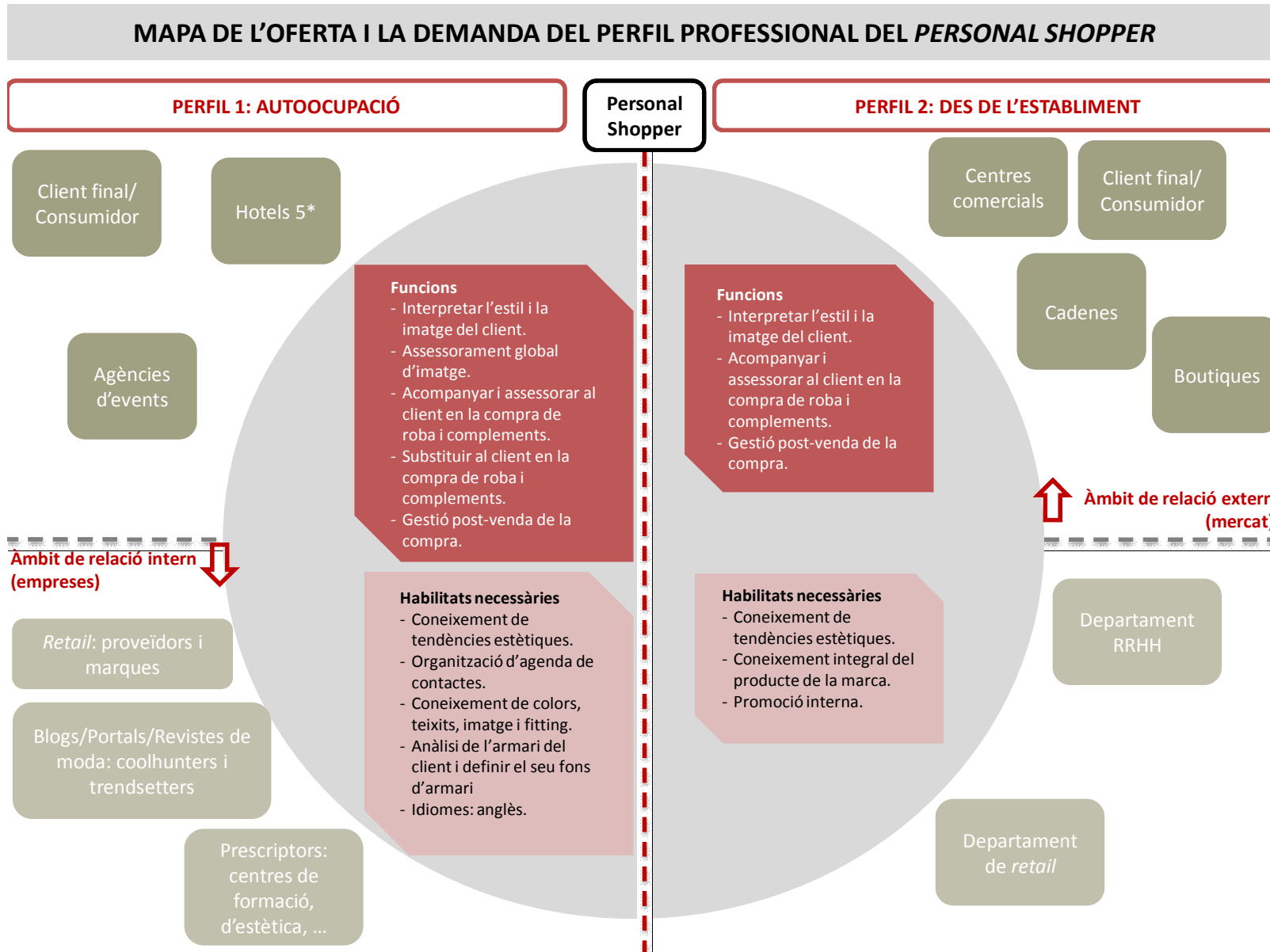
Aquesta darrera observació va lligada a un doble fenomen. D'una banda, l'aposta de les grans marques per l'orientació al client i a la venda creuada. D'altra banda, per una situació de context: en un moment d'atur molt alt, continua essent difícil trobar personal per als establiments comercials, i els llocs es cobreixen amb gent amb poca vocació i amb poca voluntat de permanència en el lloc de treball, que el consideren de forma temporal. Davant d'aquesta situació, les marques aposten per incentivar aquella gent que entengui el lloc de treball del dependent de comerç com una professió en la qual es pot prosperar i, per tant, s'incentiven els comportaments proactius i es prioritza la contractació de personal amb formació relacionada amb el sector i amb el tracte al client, possibilitant la seva carrera professional.

4.2 Mapa d'oferta i de demanda

El Mapa de l'oferta i la demanda del perfil professional del *Personal Shopper* conté la següent informació:

- **Tipologies d'empresa en les que es pot ocupar** (àmbits de relació externa).
- **Àrees internes de l'empresa amb qui es relaciona o s'ocupa** (àmbits de relació intern).
- **Funcions principals que desenvolupa** el *Personal Shopper*, i que es troben recollides a l'apartat 4.1 d'aquest mateix capítol.
- **Competències i requeriments que diferencien** dos perfils professionals de *Personal Shopper*:
 - **Perfil 1: autoocupació.**
 - **Perfil 2: des de l'establiment.**

A continuació es mostra l'esquema del mapa de l'oferta i la demanda del perfil professional del *Personal Shopper*.



Al **Mapa sobre l'Oferta i la demanda** del *Personal Shopper* es diferencia entre dos perfils professionals, els següents:

- Perfil 1: Autoocupació.
- Perfil 2: Des de l'establiment.

1. Dins el perfil 1 **d'autoocupació** s'inclouen aquells professionals autònoms i microempreses que desenvolupen aquesta professió per compte propi. Aquest perfil acostuma a complementar les funcions pròpies del *Personal Shopper* amb altres relacionades amb l'assessorament d'imatge.

L'element fonamental d'aquest perfil és la necessitat de diversificació de l'activitat: les funcions clàssiques d'acompanyament i/o substitució del client en l'acte de realització de la compra no semblen tenir entitat suficient per a garantir unes dedicacions i una entrada d'ingressos que justifiquin l'ocupació a temps complet.

En aquest sentit, l'ampliació del context laboral d'aquest professional resultarà un factor estratègic per a la determinació de la seva estructura d'ingressos. Aquesta idea també es veu reforçada pel pes de l'estacionalitat lligada al desenvolupament de l'activitat: la fidelització del client comporta la concentració de la feina en dos moments de l'any, coincidint amb els inicis de temporada (hivern/estiu).

Tal com s'apuntava, l'assessorament d'imatge integral es presenta com el complement ideal per al perfil del *Personal Shopper*. Aquesta és l'opció més freqüent al mercat, i també la més coherent, tenint en compte que les nocions bàsiques d'assessorament d'imatge són inherents al perfil, i que les nocions avançades li aporten complementarietat.

Cal remarcar que, a partir de les entrevistes qualitatives realitzades a diferents *Personal Shoppers*, amb certa notorietat en l'àmbit català, es poden extreure les següents conclusions a nivell de la complementarietat amb altres activitats:

- Majoritàriament incorporen l'assessorament i consultoria d'imatge personal als seus serveis.
- Complementen les seves funcions amb activitat formativa relacionada amb en el món de la moda, i amb sessions divulgatives sobre imatge personal en centres relacionats amb l'estètica.

Alguns incorporen assessorament a empreses i corporacions sobre imatge i actitud dels seus treballadors.

En la seva xarxa de relacions externes, destaca necessàriament el client, consumidor final dels seus serveis. A aquest client hi poden arribar per contacte directe o bé per externalització d'altres empreses que ofereixen el servei de personal shopping: **hotels** de luxe i **agències** d'organització d'events.

A banda de la seva relació amb el mercat directe, el *Personal Shopper* necessitarà establir una xarxa relacional per a dur a terme la seva feina.

En primer lloc, caldrà que el *Personal Shopper* gestioni les relacions amb **proveïdors i marques** per a poder cobrir els diferents requeriments dels seus clients.

També serà important la seva relació amb **coolhunters i trendsetters** en el sentit més ample, per tal de mantenir sempre actualitzat el seu coneixement de les tendències i, si és el cas, ésser recomanat com a professional.

Finalment, serà fonamental una **xarxa de prescriptors** que li permeti una entrada/manteniment al sector. En aquest sentit, un bon posicionament com a formador/ponent en escoles de formació de moda, en clíniques d'estètica o en entitats relacionades directament amb el sector és un bon punt de creació de marca pròpia i de captació de clients potencials.

2. Al perfil 2, anomenat **Des de l'establiment**, s'inclouen aquells professionals que realitzen la tasca de *Personal Shopper* des dels establiments comercials, en règim assalariat o de prestació de serveis per compte d'altri.

Les **funcions** d'aquest perfil es concreten en:

- Interpretar l'estil i la imatge personal del seu client, a partir de la seva personalitat, tipologia corporal, looks, paletes de colors, etc.
- Acompanyar i assessorar al client en la compra de roba i complements.
- Gestionar el servei postvenda de l'acció de compra: arranjaments, control de qualitat del producte i el servei, etc.

A aquest segon perfil de *Personal Shopper* s'hi acostuma a arribar per la via de la promoció interna dins dels propis establiments i el perfil, per tant s'adequarà a una persona que treballa en establiments comercials i que demostra una especial empatia amb el client i una sensibilitat especial per les tendències estètiques de la moda. Li caldrà un perfecte coneixement del producte de la marca o dels establiments per als quals treballa.

Les principals estructures empresarials des de les quals pot operar són les següents:

- **Boutiques**

Algunes de les boutiques de roba i complements de gamma alta inclouen entre els seus serveis d'atenció al client la disponibilitat d'un *Personal Shopper*.

- **Cadenes de *retail***

En l'actualitat, les principals cadenes de *retail* comencen a incloure el servei de *Personal Shopper* en alguns dels seus establiments, adreçat a clients VIP o relacionat amb una compra mínima amb cita prèvia: Mango, H&M, ...

- **Centres comercials**

Centres comercials de diferent format també inclouen la figura del *Personal Shopper*, associada de manera global al conjunt d'establiments que componen el centre. Així és el cas de El Corte Inglés (només a Madrid) i La Roca Vilage.

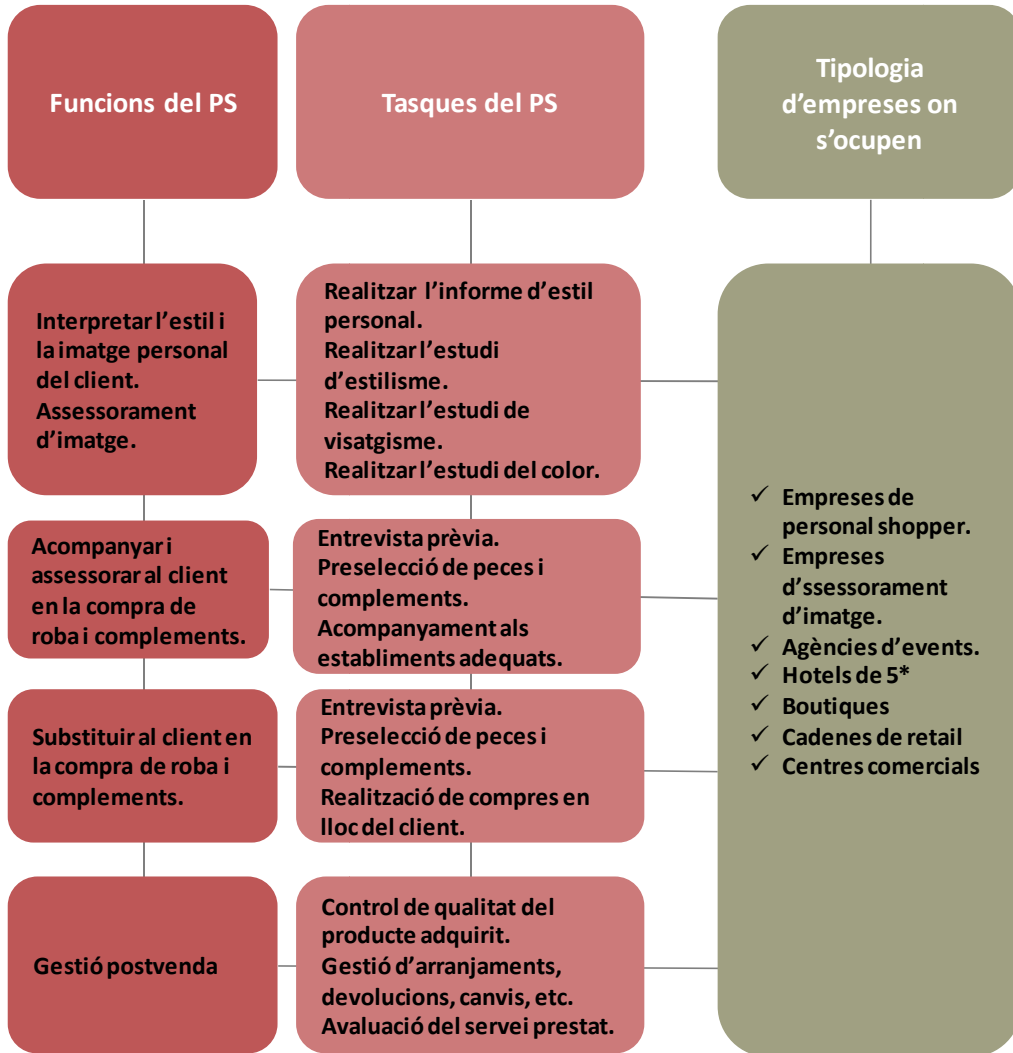
Aquesta pràctica també inclou centres comercials tancats, que ofereixen aquest servei amb cita prèvia (Gran Via 2) o també de manera puntual o lligada a promocions concretes (La Maquinista, Pedralbes Centre).

En alguns casos, aquest servei està directament externalitzat a empreses del sector com "quémepongo" (L'illa Diagonal).

En tots aquests casos, el mapa relacional intern es completarà amb els corresponents departaments de Recursos Humans i de *Retail* de les diferents organitzacions.

A continuació es representen en un esquema gràfic les tasques que corresponen a cadascuna de les funcions d'aquest perfil professional.

Esquema de Caracterització de funcions, tasques i ocupacions



L'esquema sobre la **Caracterització de funcions, tasques i ocupacions** reflecteix que:

1. Les tasques del *Personal Shopper* que actua per compte propi i les del que actua des d'una empresa són coincidents i molt concretes. La diferència bàsica és que el que actua per compte propi ha de desenvolupar funcions addicionals d'assessorament d'imatge per a poder donar un servei integral al client.
2. Els serveis complementaris d'assessorament d'imatge personal van més enllà de la roba: maquillatge, perruqueria i altres relacionats amb la imatge. També poden incloure temes relacionats amb les bones maneres i el saber estar, incorporant elements de protocol institucional lligats a serveis en què el client ha d'assistir a un acte o esdeveniment especial.

3. Les empreses existents de *Personal Shoppers* acostumen a cobrir acords amb hotels i centres comercials.
4. Els *Personal Shoppers* de cadenes de *retail* acostumen a provenir de la promoció interna de les pròpies organitzacions, i són llocs desenvolupats per persones que s'ocupen de l'atenció al públic en general, amb unes característiques específiques relacionals i d'empatia.
5. Una vacant que queda per cobrir al mercat és la de traslladar el servei global ofert pels centres comercials tancats, als centres comercials oberts i eixos comercials urbans, tot i que no es tracta d'una experiència plenament consolidada.

4.3 Estimació dels potencials llocs de treball

Autoocupació

La possibilitat de desenvolupar la professió de *Personal Shopper* com a freelance presenta una sèrie de dificultats importants:

- Existeix una àmplia oferta de cursos sobre aquesta matèria (els darrers anys ha estat una formació "de moda"). Moltes persones han cursat aquesta especialització i, segons l'opinió dels experts i formadors consultats, molt poques persones han trobat col·locació en el mercat de treball. Els cursos no acostumen a portar associada una borsa de treball.
- El mercat de clients és molt limitat. Tot i els esforços dels professionals actius per ampliar-lo, el mercat principal continua associat a una clientela VIP d'alt poder adquisitiu.
- El mercat potencial el dominen molt poques empreses que basen el seu posicionament en molts anys d'experiència al sector de la moda (des de diferents àmbits del sector: disseny, distribució, etc.) i en una bona xarxa de contactes. Aquestes mateixes empreses són les que dominen l'escàs mercat derivat de contractacions per a clients d'hotels de cinc estrelles, o serveis oferts des de centres comercials tancats de manera global.
- Les empreses existents acostumen a oferir serveis complementaris, difícilment són exclusivament *Personal Shoppers*. Ja s'ha comentat que el servei complementari imprescindible té a veure amb l'assessorament d'imatge, però també es complementa l'activitat amb formació, protocol, comunicació, visites turístiques, etc.

Aquests motius dificulten l'establiment d'un *Personal Shopper* com a forma d'autoocupació, tot i que, en darrera instància, la decisió aniria sempre lligada a l'agenda de contactes personals de cadascú i a la possibilitat de complementar el servei amb altres activitats.

De fet, a Barcelona i la seva àrea d'influència poden trobar-se més de cent entrades a internet oferint serveis autònoms de *Personal Shopper*, generalment lligades a blogs o a xarxes socials,

tot i que no acostumen a estar relacionades amb una adreça de negoci concreta i apunten més a una activitat complementària que a una activitat laboral completa.

Des de l'establiment

Les consultes a experts en RRHH especialment dedicats a la contractació relacionada amb el món de la moda indiquen que el perfil del *Personal Shopper* és totalment inexistent entre les demandes de les empreses contractants.

Qualsevol cerca per internet en aquest sentit confirma l'absència d'ofertes de treball relacionades amb el *Personal Shopper* i, en cas de trobar-ne alguna, està més relacionada amb una oferta de formació que no pas amb una oferta de feina.

Les possibilitats de contractació des de l'establiment, com ja s'ha apuntat, no passen per la contractació directa d'un *Personal Shopper*. Les seves característiques, però, fan que aquest perfil resulti atractiu per a les marques més generalistes d'implantació generalitzada. La política de contractació d'aquestes marques passen per potenciar en els seus establiments aquells perfils amb una forta orientació al client, amb voluntat de fer carrera professional i consolidar el lloc de treball. Això evita haver d'invertir en la formació de persones amb un perfil més "passavolant", que no estan especialment interessades en el sector.

Des d'aquest punt de vista, les persones interessades en el món de la moda i les tendències, amb una formació específica en l'àmbit del *personal shopping*, poden trobar als establiments comercials una porta d'entrada al sector i la possibilitat de consolidar una activitat professional.

El teixit comercial del subsector de roba i calçat a Catalunya és molt ampli i atomitzat, i inclou des d'una petita botiga familiar fins a grans establiments.

A Catalunya identifiquem més de 21.000 establiments de roba i calçat, el 72% dels quals es troben a la demarcació provincial de Barcelona.

Taula 6: Establiments de roba i calçat a catalunya

Província	Número d'establiments
Barcelona	15.704
Girona	2.358
Lleida	1.337
Tarragona	2.479
Total	21.878

Font: Anuario Económico de España, La Caixa 2010

Aquests establiments es reparteixen entre els municipis objectes d'estudi de la següent manera:

Taula 7: Establiments de roba i calçat per municipis

Municipis	Número d'establiments
Barcelona	6.232
Badalona	545
Igualada	200
Manresa	299
Mataró	534
Sabadell	592
Terrassa	521
Total	8.923

Font: Anuario Económico de España, La Caixa 2010

Com es pot observar al quadre anterior, la major part dels establiments de roba i calçats, principal exponent del comerç d'atracció, s'ubiquen a Barcelona ciutat.

Sabadell, Badalona, Mataró i Terrassa presenten xifres molt elevades d'aquesta tipologia de comerç, amb més de mig miler d'establiments per municipi. Manresa i Igualada se situen entre

els 200 i 300 establiments, xifra que també cal considerar elevada. En aquest sentit, cal tenir en compte que, a Catalunya, 180 del 200 municipis més importants se situen per sota dels 200 establiments minoristes en el subsector de roba i calçat.

A continuació, ens centrem en una sèrie de marques (Mango, H&M, Zara, Massimo Dutti i Bershka), que destaquen per la seva implantació territorial, i per la seva política d'orientació al client des dels seus establiments comercials.

Es tracta també de marques interessades en la consolidació dels seus treballadors, que valoren els seus coneixements sectorials.

Taula 8: Establiments de roba i calçat per marca i municipi

Municipis	Número d'establiments			
	Mango	H&M	Zara / Massimo Dutti / Bershka	Total
Barcelona	15	11	44	70
Badalona	1	1	6	8
Igualada	1	0	1	2
Manresa	1	0	3	4
Mataró	2	0	5	7
Sabadell	1	1	5	7
Terrassa	1	1	4	6
Total	22	14	68	104

Font: informació web

Com es pot apreciar al quadre anterior, la majoria d'aquestes marques tenen presència als municipis estudiats, a més de la seva presència massiva a Barcelona ciutat.

Els establiments de les marques identificades acostumen a trobar-se en centres comercials tancats o a les principals artèries dels municipis. Es tracta, per norma general, de grans establiments amb una mitjana de 10 dependents per establiment.

El mercat potencial, concentrat en els municipis que conformen el territori ACTE i en les marques específiques seleccionades com a contractants, implicaria un univers de 34 establiments, que ocupen a 340 persones treballadores com a dependents de comerç.

Cal remarcar que algunes d'aquestes marques sí que havien contractat a persones amb el perfil específic de *Personal Shopper*, però que en l'actualitat han canviat aquesta política. L'element a potenciar és el d'incentivar l'orientació al client de tot el personal de les seves botigues, potenciant que tots els treballadors i treballadores que atenen al públic puguin prestar els serveis que abans li requerien exclusivament al *Personal Shopper*. Per tant, desapareix la figura que desenvolupa aquesta funció en exclusiva, però es valora la incorporació d'aquestes competències en la totalitat dels dependents d'establiment i, per tant, la formació en *Personal Shopper* passa a ser un valor afegit en els processos de selecció.

4.4 Itinerari formatiu

A continuació es presenta un itinerari formatiu per al perfil professional de *Personal Shopper*, plantejat per cobrir totes les tasques bàsiques que defineixen aquest perfil.

L'itinerari comprèn quatre mòduls de diferent durada. Al primer mòdul, es faciliten les eines d'anàlisi necessàries per a poder dur a terme una interpretació adient de l'estil i les necessitats del client. El segon mòdul es concentra més en informació cultural i històrica d'aproximació al sector, proporcionant la informació necessària i els conceptes bàsics per a desenvolupar la feina. El tercer mòdul emfatitza el moment de l'assessorament a l'acte de compra i és que té més pes en hores; es considera recomanable realitzar alguna pràctica de simulació en aquest mòdul. El mòdul final contempla l'acció postvenda, proporcionant al professional paràmetres d'avaluació del procediment realitzat.

Mòdul 1 Interpretació de la imatge personal	<ul style="list-style-type: none"> > Figura humana: anàlisi de proporcions. > Característiques físiques: la seva influència en el vestir. > Característiques personals i sociolaborals: la seva influència en el vestir. 	30 h
	<ul style="list-style-type: none"> > Definició de la paleta de colors personalitzada. > Tècniques d'observació i anàlisi del client. > Identificació de necessitats del client. 	15 h

Mòdul 2

Moda i imatge personal

- > Història moderna de la moda.
- > Principals personatges històrics.
- > Marques i dissenyadors.
- > Alta costura; pret-à-porter.
- > Tipus de prenda. Anàlisi del fons d'armari. Bàsics.
- > Identificació de tendències.
- > Materials i teixits. Interpretació de l'etiquetatge.
- > L'elecció de complements.
- > Anàlisi de protocol i etiqueta social en el vestir.
- > Equivalències internacionals relacionades amb el vestuari.

30 h

15 h

Mòdul 3

Estratègies d'assessorament

- > Identificació de criteris estètics, estil i necessitats del client.
- > Identificació de punts de venda: roba, complements i accessoris. Venda creuada.
- > Elements claus per a l'assessorament de l'acte de compra: roba, complements i accessoris.
- > Compra per a una ocasió *versus* fons d'armari.
- > Pràctiques d'assessorament.

48 h

24 h

Mòdul 4

Gestió postvenda

- > Paràmetres de qualitat en l'assessorament de la compra.
- > Avaluació del procediment de compra.
- > Atenció de reclamacions, devolucions, canvis i arranaments.

12 h

6 h

4.5 Cost i possibles modalitats de contractació

Autoocupació

El preu per hora de servei d'un *Personal Shopper* pot arribar a ser molt variat, si bé a la majoria de les fonts consultades oscil·la entre 60 i 90 €/hora.

Aquells *Personal Shoppers* amb empreses d'una sola persona poden arribar a tenir facturacions al voltant dels 40.000 – 50.000 € anuals, incloent-hi altres serveis complementaris.

El servei exclusiu de *Personal Shopper* és d'una gran estacionalitat, en relació a l'inici de cadascuna de les dues temporades del món de la moda. Els dos mesos forts d'inici de temporada, els serveis de *Personal Shopper* poden suposar fins al 60% de la seva facturació. La resta de l'any, aquesta participació pot veure's reduïda fins al 10%.

Des de l'establiment

En el cas de la prestació de serveis de *Personal Shopper* des dels establiments, ja s'ha apuntat que la tendència actual és la incorporació progressiva de les funcions associades a aquest perfil als dependents de comerç, i que aquesta tendència va lligada a una tipologia mol concreta d'establiments de marques de gran consum.

La política de remuneració inicial en aquest tipus d'establiment és la del salari mínim segons conveni, al qual s'hi afegeix un variable lligat a una sèrie d'objectius: vendes globals, vendes per client/fidelització, vendes creuades amb complements, etc.

Això implica un salari base entre 12.000 i 15.000 € anuals, que es pot incrementar entre un 10% i un 20% en funció de la consecució d'objectius.

En aquest sentit, una bona formació en *Personal Shopper* posiciona favorablement al dependent de comerç de cara a l'obtenció de la feina, la consecució d'objectius, i la progressió professional dins el sector.

ANNEX I. PERSONES EXPERTES CONSULTADES

Persona entrevistada	Càrrec i empresa
José Antonio Guerrero	Coordinador didàctic del departament de <i>fashion marketing and communication</i> del centre universitari IED
Beatriz Ocanto	Directora de Shop It
Cedric Legat	Comprador a Desigual
Anna Sabater	It's about product
Laurent Laigat	<i>Product Manager</i>
Jordi	<i>Product Manager</i> extern al grup Inditex
Montse Sánchez	Sòcia Directora de Talentiam – Retail HR Evolution
Núria Port	<i>Retail Manager</i> de Ermenegildo Zegna
Rafael Sánchez	<i>Product Manager</i> de <i>Ermenegildo Zegna</i>
Eva Fité	Coordinadora de RRHH <i>Retail</i> de Mango
Andrea Vilallonga	Directora de Andrea Vilallonga Imagen Personal y Corporativa
Montse Guals	Sòcia Directora de Quémepongo

ANNEX II. GUIÓ D'ENTREVISTA PER LES PERSONES EXPERTES

Temes a tractar amb el Sr/a

A. Descripció de l'ocupació

- Descripció general
- Tasques que desenvolupa en:
 - Pimes
 - Grans empreses (productes no acabats)
 - Grans empreses (productes acabats)
 - Empreses de prototipatge
 - Empreses de distribució

B. Perfil formatiu del Gestor/a de la Producció

- Formació necessària per treballar en qualsevol empresa del sector
- Formació complementària
- Formació recomanada o complementària per treballar en empreses específiques
 - Pimes
 - Grans empreses (productes no acabats)
 - Grans empreses (productes acabats)
 - Empreses de prototipatge
 - Empreses de distribució
- Formació de reciclatge per persones del sector (mitja i alta qualificació)

C. Perfil competencial del Gestor/a de la Producció

- Competències requerides
- Habilitats personals i socials

- Experiència requerida

D. Altres aspectes de l'ocupació del Gestor/a de la Producció

- Categories professionals existents
- Jornada, horari i retribució
- Context actual
- Escenaris de futur

E. Agents interns i externs amb qui es relaciona el Gestor/a de la Producció

- Àmbits o àrees de l'empresa on s'ocupa
- Àmbits o àrees de l'empresa amb qui es relaciona
- Agents externs amb qui es relaciona (empreses)

ANNEX III. EMPRESAS ENQUESTADES

Empreses enquestades	
1	POLISIK SA
2	ACABATS DEL BAGES SA
3	LLONCH & SALA
4	GRUPO TORRES //NEW JUNIOR
5	VILASECA, SA
6	TROVELS, SA
7	TEXDUHER, SL
8	ESTEVE AGUILERA
9	DALMAU, SL
10	ARMAND BASI
11	INDUSTRIES VALLS 1
12	TRICOTS IGUALADA, SL
13	STICHWAY, BCN
14	GRAUSA
15	ESTAMBRIL
16	PAZ TORRAS
17	TEXTIL MOISA SA
18	PONT, AURELL Y ARMENGOL, SL
19	PERRAMON & BADIA, SA
20	SALVADOR FIGUERAS SA
21	CREASILK SL
22	GORINA & SAUQUET
23	HALLOTEX SL
24	STAR TÈXTIL SA
25	TINTS. FILLS DE SALVADOR SEGURA
26	TEIXIDORS SCCL
27	MALLTEX SA

ANNEX IV. QÜESTIONARI PER LES EMPRESES

A. Dades de l'empresa

1. Raó social:

2. Dades de la persona que respon al qüestionari:

Nom i cognoms:

Càrrec:

3. Tipologia d'empresa (*prémer dues vegades sobre el requadre i activar en cas afirmatiu*):

- Fabricació de teixit
- Fabricació de producte i marca propis
- Fabricació de producte acabat per tercers
- Distribució de producte acabat de marca pròpia
- Distribució de producte acabat multimarca
- Prototipatge

4. Breu descripció de l'activitat de l'empresa:

5. Volum de facturació al 2010:

- Menys de 500.000 euros
- Entre 500.000 i 1 milió d'euros
- Entre més de 1 i 2 milions d'euros
- Entre més de 2 i 10 milions d'euros
- Entre menys de 10 i 50 milions d'euros
- Més de 50 milions d'euros

6. La dimensió del mercat en que opera la seva empresa és majoritàriament:

Local: % de la producció

- Comarcal: % de la producció
- Provincial: % de la producció
- Nacional: % de la producció
- Estatal: % de la producció
- Europeu: % de la producció
- Internacional: % de la producció

B. Dades de l'estructura organitzacional de l'empresa

7. Nombre de treballadors i treballadores a l'empresa (*total*):

Nombre d'homes:

Nombre de dones:

8. Residència habitual o origen dels treballadors i treballadores:

- Local
- Comarcal
- Fora de la comarca

9. Nombre de persones per categories professionals i per àmbit o departament de l'empresa (*indicar el nombre de treballadors i treballadores si l'àmbit existeix*):

Categories/Àmbit	Direcci	Comercia	Màrquetin	Producci	Dissen	Logístic	Altres
Personal de direcció							
Tècnics/es (llicenciatures o							
Tècnics/es professionals							
Treballadors/es de tipus							
Treballadors/es en comerços o							
Talleristes							

Operadors/es d'instal·lacions i							
Treballadors/es no qualificats							

C. Contractació i jornada de treball

10. Tipologia de contractació per categories professionals (*indicar amb una X les tipologies de contractació existents per cada categoria professional*):

Categories/Contractació	Indefinit	Duració determinada	Temps parc	Fixe-discontinuu	Autònoms	Necessitats de producció	Formació	Pràctiques
Personal de direcció								
Tècnics/es (llicenciatures o enginyeries superiors)								
Tècnics/es professionals (cicles formatius de grau mig i superior)								
Treballadors/es de tipus administratiu								
Treballadors/es en comerços o punts de venda								
Talleristes								
Operadors/es d'instal·lacions i maquinària								
Treballadors/es no qualificats								

11. Tipologia de jornada laboral per categories professionals (*indicar amb una X les tipologies de jornada laboral existents per cada categoria professional*)

Categories/Jornada	Completa (matí i tarda)	Parcial (matí o tarda)	Mitja jornada	Torns fixes	Torns rotatius (3/8)	Altres
Personal de direcció						
Tècnics/es (llicenciatures o enginyeries superiors)						
Tècnics/es professionals (cicles formatius de grau mig i superior)						
Treballadors/es de tipus administratiu						
Treballadors/es en comerços o punts de venda						
Talleristes						
Operadors/es d'instal·lacions i maquinària						
Treballadors/es no qualificats						

D. Perfils professionals

12. En general, és fàcil trobar personal amb la qualificació que es requereix?

Sí

No

13. Quins són els perfils professionals que tenen més dificultats per cobrir a la seva empresa? (*indicar quins*)

14. Per quins motius tenen dificultats per cobrir-los? (*marca una o més d'una resposta*)

Perquè no es troben persones qualificades per exercir-los

Perquè contractar persones sense la qualificació necessària suposa un cost de formació que no és assumible per l'empresa

Perquè no es presenten candidats/es per aquestes ocupacions

Altres (*indicar quins*):

15. Preveu contractar nou personal durant el 2011 o el 2012?

Sí. Quants?

No

16. De quin/s perfil/s perfils professionals es tractaria?

17. Existeix algun dels perfils professionals que s'indiquen a continuació a la seva empresa?

(*marqui amb una X els perfils professionals que existeixin*):

Responsable de l'àmbit comercial

Responsable de compres i vendes

Responsable de l'àmbit de producció

Responsable de l'àmbit de logística

Responsable de l'àmbit de disseny

Gestor/a de la producció

18. Hi ha persones a la seva empresa que realitzen les funcions de més d'un dels perfils esmentats a la pregunta anterior? (*per exemple: el responsable de disseny és també el responsable de màrqueting*)

Sí. Quins?

No

E. Negoci

19. L'empresa ha reorientat la seva activitat en els últims anys?

Sí

No

20. (*només contestar en cas de respondre Sí a la pregunta anterior*) En què?

Negoci (*indicar quin*) :

Mercat (*indicar quin*) :

Tecnologia (*indicar quina*):

Producte (*indicar quin*) :

Altres (*indicar quin*) :

Breu explicació de la reorientació:

21. Per dur a terme la reorientació s'ha requerit la contractació de personal?

No

Sí *(indicar quin perfil professional tenen aquestes persones de nova contractació):*

22. Quin/s perfil/s professional/s s'encarreguen de dur a terme la previsió de vendes i compres a la seva empresa?

23. Quin/s perfil/s professional/s organitzen la logística que requereix la seva empresa?

24. Quin/s perfil/s professional/s gestionen els interiors i exteriors de la botiga o local de vendes?

25. Quin/s perfil/s professional/s gestionen la producció del/s productes?

26. Quin/s perfil/s professional/s s'encarreguen d'identificar tallers de fabricació?

27. Quin/s perfil/s professional/s controla els timings de sortida del producte i la seva qualitat?

28. Quin/s dels següents perfils professionals li seria/en d'utilitat a la seva empresa?

Visual merchandiser

Comprador/a de producte

Responsable de vendes

Tècnic/a desenvolupador de producte

Gestor/a de la producció

Altres. Quins?

29. Estaria disposat/da a contractar-lo/s?

Sí. A quins?

No

30. Amb quina modalitat de contractació?

Indefinit

Duració determinada

Temps parcial

Fixe-discontinú

Autònom

Necessitats de producció

Formació

Pràctiques

31. Amb quina jornada laboral?

Completa (matí i tarda)

Parcial (matí o tarda)

Mitja jornada

Torns fixes

Torns rotatius (3/8)

ANNEX V. FONTS SECUNDÀRIES CONSULTADES

Informació general relativa al sector i als perfils professionals

1	www.quemepongo.com
2	www.andreavilallonga.com
3	www.shopit.es
4	www.lauracosta.com
5	www.psschool.es
6	www.yourpersonalshopper.es
7	www.esdi.es/continguts/estudi_pagina_rel.php?id_estudi=15&id_pagina=17
8	http://curso-personalshopper.com/
9	www.cev.com/estilismo-y-moda/curso-de-personal-shopper-clPS.html
10	www.idep.es/estudios/postgrados_y_cursos_profesionales/moda/moda_tendencias_y_asesoria_d
11	www.fashionfromspain.com
12	www.wsenses.com
13	www.bcnweddingplanners.com
14	www.bodaclick.com/bodas/organizacion-bodas/wedding-planner---maria-aranda.html
15	www.menchentomas.com
16	www.hm.com
17	www.mango.com
18	www.zara.com
19	www.massimodutti.com
20	www.sitamurt.com
21	www.bershka.com
22	www.lilla.com
23	http://viste-m.com/barcelona/
24	www.conjuntobcn.com/
25	www.barcelonashoppingandimage.com/
26	www.laurapersonalshopper.com/
27	www.shopperbarcelona.com/tag/personal-shopper/

28 <http://www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com>

29 www.educacion.gob.es/educa/incual/ice_incual.html

30 <http://www.bcd.es/>

Escoles de formació

1 www.ied.com

2 www.iniciativasempresariales.com

3 www.idep.es

4 www.edimoda.es

5 www.baued.es

6 www.fdmoda.com

7 www.esdi.es

8 www.agrupaciontextil.org/?q=cursos

9 www.idec.upf.edu/programa-de-postgrado-de-gestion-de-empresas-de-moda

Borses de treball

1 www.fashionunited.es/

2 <http://es.fashionmag.com/>

3 www.infojobs.net

4 www.monster.es

5 www.laboris.net



www.daleph.com