

# Se busca trabajador de lujo

**EMPLEO** El sector crece a un ritmo del 5% y, en consecuencia, crea empleo.

E. Viaña/R. Fernández. Madrid

El mercado del lujo seguirá creciendo este año a un ritmo de entre el 4% y el 5% (en 2012 lo hizo al 5%) y seguirá haciéndolo en los próximos años. Según Bain & Co, el tamaño de este mercado llegó a los 212.000 millones de euros en 2012 y alcanzará los 250.000 millones de euros en 2015. La salud de este sector es inmejorable desde el punto de vista económico, según el informe *Luxury goods worldwide market study* (Observatorio mundial del mercado de bienes de lujo) que elabora la consultora especializada, de ahí que se esté creando empleo. “Las marcas están invirtiendo en talento en las áreas de estrategia, financiación, cadena de suministros y administración”, afirma el estudio, que también apunta a que éstas saben que los dependientes son la cara visible de su negocio, por eso “están invirtiendo considerables recursos en la formación y desarrollo de las personas que trabajan en contacto directo con el cliente”.

**“Las marcas están invirtiendo considerables recursos en la formación de los que trabajan en contacto directo con el cliente”**

Pero, ¿cómo es el empleado que buscan las empresas del sector del lujo? “Como en todos los sectores, tienen que ser generosos a la hora de trabajar en equipo, pero deben tener ciertas cualidades asociadas a este mundo. Tienen que tener extrema sensibilidad estética y artística. Además, deben prestar atención a los detalles, pero también tener gusto por ellos. Es necesario que tengan experiencia y voluntad de servicio y es muy importante que comprendan este concepto y lo demuestren ante el cliente. También tienen que tener pasión por el sector y por el universo de la marca. Se trata de emocionarse y conectar con ella”, apunta Jaime Fernández de la Vega, director de Recursos Humanos de L'Oréal Luxe.

“El lujo es una industria que genera mucha fidelidad. Los que están dentro de ella y quieren cambiar de puesto de trabajo, buscan en un 80% de las ocasiones en el mismo sector”, afirma Javier Alonso, director de Recursos Humanos



El cliente de la industria de lujo es muy exigente y sofisticado en sus gustos.

de Loewe, que participó junto a Fernández de la Vega en una mesa redonda en IE Business School sobre Gestión de Carrera en el Sector Lujo. El directivo de L'Oréal lo tiene claro: “Hay muchas posibilidades dentro del sector tanto nacionales como internacionales para desarrollar una carrera profesional”.

El lujo es un sector exigente y las marcas ponen cada vez más al cliente en el centro de sus estrategias. Éstos esperan tener una experiencia única cuando adquieren un bien, para lo que buscarán cierta interacción con los dependientes de las tiendas. “Los clientes se han vuelto más exigentes y sofisticados en sus gustos y están cambiando la industria del lujo”, señala Alonso.

## Qué hace que el lujo se mueva

- **Asia:** El crecimiento en China se estabiliza en torno a un 7%, mientras el sudeste asiático crecerá un 20%. Japón retoma la senda del crecimiento con un 5%.
- **Cambio de hábitos:** Los turistas buscan nuevos destinos (por ejemplo, Dubái, el sudeste asiático o Australia).
- **Perfil:** Más consumidores de perfil 'HENRY' (potenciales ricos) se convierten en clientes potenciales, con diez veces más individuos de este tipo que millonarios.
- **Países emergentes:** El aumento de la clase media en los países emergentes está polarizando la competencia, convirtiéndose en un objetivo para las marcas de lujo similar a una nueva generación de tamaño 'baby-boom'.
- **Productos:** Los artículos de lujo absoluto (de alta gama sin logo, materiales de la más alta calidad y excelente manufactura) lideran el sector. Los artículos de piel y otros accesorios siguen estando a la cabeza.