

EL ARTE DE TU PERSONAL SHOPPER

Realización: Susana Álvarez y Rubén González
Modelo: Mónica Gómez-Cuétara
Fotografía: Erika Cortijo
Ayudante Fotografía: Asier Sobrado
Maquillaje: Julián Carrasco
Agradecimientos: Estudio de pintura de Fernando Cuétara

Ahora que todo son dudas sobre dónde gastar el dinero, sobre si realmente merece la pena una compra, queremos ofreceros una idea interesante, implantada en nuestro país hace ya unos años y que cada vez está más presente. Si eres de las personas que compran compulsivamente y no saben luego qué terminar poniéndose, te ofrecemos seguridad en tu inversión. Un personal shopper te puede asesorar en estos tiempos de crisis para saber qué comprarte y qué no te interesa. Le propusimos la idea a Mónica Gómez-Cuétara Novoa, quien dirige actualmente el Departamento de Personal Shopper de El Corte Inglés y es codirectora de la escuela Personal Shopper School, e hicimos este pequeño editorial de moda para acercarte a este maravilloso mundo.

Cuatro son los puntos claves para poder sacar el máximo rendimiento a nuestro look. Conócete a tí misma, destaca la parte más sobresaliente de tu cuerpo y que pasen desapercibidos tus puntos débiles, utiliza las tendencias, pero sólo las que te favorezcan y consigue que tu armario funcione, ¡que todo combine con todo! "Tienes que saber escuchar, no imponer tu estilo, no es eso. No es ser un estilista ni un asesor de imagen, este es un trabajo absolutamente creativo, dibujar un cuadro en un cliente y sacar el máximo partido de él, un estilista coge una modelo y la disfraza. Nosotros tenemos que hacer que el armario funcione de verdad. Observamos entero a un cliente, vemos su

Look izquierda:
Vestido Mae Luna de: Amaya Arzuaga · Leggings: Pedro del Hierro

Look esta página:
Vestido Camisero: Amaya Arzuaga · Pantalones: De la estilista
Collar: Esenciales para El Corte Inglés
De fondo, la Estilista Susana Álvarez vestida de Amaya Arzuaga



personalidad, en qué mundo se mueve, su trabajo... no queremos transformarle sino potenciar sus virtudes, que esté más cómodo", comenta Mónica, verdaderamente apasionada de su trabajo. Ella es una de las pioneras en nuestro país, y además fue quien introdujo las pruebas de color. "Lo introducimos hace unos cuatro años, puesto que no se hacía en este sector y hemos sido referentes en el país", comenta mientras nos explica el procedimiento con el que trabajan con un cliente: "Primero vemos su tonalidad y cuáles van a ser las gamas de color que le van a favorecer. Hay dos tipos de pigmentación, cálidos o fríos, que tiran más hacia dorados o hacia azulados. Una vez visto eso entramos en intensidades de color, un color suave te puede restar fuerza o, al revés, puede tapar a la persona".

Tras conocer la gama de colores que nos van a favorecer, y que en cada caso son diferentes, pasan a analizar nuestra morfología para que le saquemos el máximo rendimiento a nuestro cuerpo: "Resaltamos ciertas partes del mismo, lo que queremos ocultar lo hacemos neutro y reforzamos lo que más nos interesa. Por ejemplo no conviene tapar una barriga con un cinturón llamativo porque la mirada se dirigirá ahí, o potenciar el color en la parte de abajo de una persona bajita". Para finalizar, terminar por darnos instrucciones para estar siempre a punto. "En la vida siempre se puede mejorar, si pasas por un cambio en tu vida, si quieres añadir un toque... a lo mejor



simplemente es darle una vuelta al armario y multiplicar las posibles combinaciones del mismo... con lo que vamos formando también, preparas un listado adecuado y eliminas lo innecesario... tienes mucho menos en tu armario, pero mucho más para combinar".

PRESUPUESTO PARA TODO EL MUNDO

"Un personal shopper no se puede ver como un negocio", hace hincapié Mónica. "Es una persona que disfruta y que va a ayudar al cliente, no te va a engañar para que le tengas que buscar cada vez que vayas de compras. No tiene lógica". Y por si crees que esto sólo se lo pueden permitir cuentas con muchos ceros, tranquilidad, que hay presu-



para arriba. "Lo que en un principio parece un gasto extra al final es una inversión. Muchas veces terminas gastando más y en cosas que apenas te vas a poner. Ahorras también tiempo. Por eso el cliente por norma general sí se engancha, las firmas te fidelizan con una serie de descuentos que luego tú le regalas al cliente, que te paga a tí por horas (entorno a los 70 euros). Lo que gasta por un lado lo gana por otro. Para nosotros es un reto trabajar con menos dinero, no cuando te firman un cheque en blanco" Con la pasión del que ama su trabajo, nuestra personal shopper particular se pone en la piel de todo tipo de personas y da pinceladas para cada uno. "Si te gusta ir de compras, te divierte y te desconecta, usa el personal shopper una vez, organiza y da las claves para saber encontrar algo para las diferentes temporadas. Si no tienes mucho dinero, empieza por los básicos, por el esqueleto de armario, prendas de varias temporadas, complementos como collares o pasminas, según el caso. Luego a medida que vas avanzando añades notas de color y finalmente introduce tendencia". Y por si alguien piensa que no es para hombres está equivocado: "También lo usan. Cuando cambian de trabajo, o cuando vienen a la capital. El hecho es que cada vez se apuntan más".

UN ARTE QUE SE ENSEÑA

Hasta la fecha había sido un arte muy intuitivo. Cada uno improvisaba y se dejaba guiar de su buen gusto: "Afortunadamente ya hay escuelas que te enseñan. Están saliendo personal shoppers muy preparados, no gente que se dedique a copiar unas cosas de otros.

Look izquierda:
Trench negra: Amaya Arzuaga ·
Pantalon skinny: Ion Fiz
Broche Azulón de la Estilista

Look esta página:
Top: Pedro del Hierro ·
Cardigan: Pedro del Hierro
Pantalones: de la Estilista.



www.psschool.es) estamos apostando por ello. Y estamos reduciendo mucho el número de alumnos, que esté en 8 ó 10 para poder optimizarlo, me encanta hacerlo, que aprendan, que salgan preparados, al final fidelizas al alumno, sigues su trayectoria, les sigues ayudando y aconsejando cuando sale... es como un master muy personalizado" que se hace en función de monográficos, de color, de morfología...

"Piensas a veces que es una pena que no se trate más esto, porque ayudaría a la gente a ser feliz consigo misma. Adolescentes con problemas, o personas mayores en talleres, acabaría con muchas inseguridades, no es un tema frívolo, es un refuerzo de la personalidad", reflexiona Mónica sobre su función en la sociedad, "no es centrarte en lo negativo de tu cuerpo, sino explotar los aspectos positivos que todos tenemos. Trabajar con un personal shopper no implica que tengas mal gusto en vestir ni mucho menos, o gente que ha acudido a un personal shopper pueda ser un día más descuidada o pasota, hay mucha naturalidad en esto". Ella disfruta, es feliz haciendo lo que le gusta y le brilla la mirada cuando habla de ello. "Me encanta mi trabajo. Para mí triunfar es poder