

Retail  
Retail

Estudio Remuneración 2012



Michael Page  
RETAIL

## MICHAEL PAGE INTERNATIONAL

Michael Page es la consultora líder en reclutamiento especializado. Nacido en el año 1976 en Inglaterra, Michael Page International cuenta con una experiencia de 30 años dentro del asesoramiento en selección especializada de mandos ejecutivos y está presente en Europa Continental, Asia-Pacífico y en América del Norte y del Sur.

El Grupo cuenta con 156 oficinas en 32 países.

Cuenta con 21 divisiones:

- Sector Público
- Asistentes & Secretarías
- Banca
- Comercial
- Compras & Logística
- Consultoría y Estrategia
- Digital & e-Commerce
- Educación
- Finanzas
- Healthcare
- Ingenieros
- Inmobiliaria & Construcción
- Marketing
- Medio Ambiente y Energía
- Oil& Gas
- Recursos Humanos
- Retail
- Seguros
- Tax& Legal
- Tecnología
- Turismo & Hostelería

## EL GRUPO MICHAEL PAGE EN ESPAÑA

Michael Page España nace en 1997, la sociedad experimenta un rapidísimo crecimiento a través de sus divisiones. Actualmente, la sociedad cuenta con 5 oficinas: Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao.

El Grupo Michael Page tiene desarrollado en España cuatro líneas de negocio que se encargan de dar respuesta a las distintas necesidades de selección de sus clientes.



## ÍNDICE

<b>1. Nota Preliminar</b>	<i>pag. 07</i>
<b>2. Posiciones</b>	
2.1 <i>Jefe de Producto</i>	<i>pag. 11</i>
2.2 <i>Jefe de Sección</i>	<i>pag. 13</i>
2.3 <i>Jefe de Departamento / Sección</i>	<i>pag. 15</i>
2.4 <i>Responsable de Tienda</i>	<i>pag. 17</i>
2.5 <i>Coordinador Regional de Tiendas</i>	<i>pag. 19</i>
2.6 <i>Director de Red de Tiendas (Retail Manager)</i>	<i>pag. 21</i>
2.7 <i>Director de Centro de Gran Superficie</i>	<i>pag. 23</i>
2.8 <i>Visual Merchandiser</i>	<i>pag. 25</i>
2.9 <i>Responsable de Merchandising</i>	<i>pag. 27</i>
2.10 <i>Técnico de Expansión</i>	<i>pag. 29</i>
2.11 <i>Responsable de Desarrollo Inmobiliario / Expansión</i>	<i>pag. 31</i>
2.12 <i>Comprador / Jefe de Producto</i>	<i>pag. 33</i>
2.13 <i>Jefe de Grupo / Responsable de Compras</i>	<i>pag. 35</i>
2.14 <i>Director de Compras</i>	<i>pag. 37</i>
2.15 <i>Responsable de Showroom</i>	<i>pag. 39</i>
2.16 <i>Responsable de Expansión Comercial (Desarrollo Empresas Franquicias)</i>	<i>pag. 41</i>
2.17 <i>Gestor de Producto / Aprovisionador</i>	<i>pag. 43</i>
2.18 <i>Director de Diseño</i>	<i>pag. 45</i>
2.19 <i>Diseñador</i>	<i>pag. 47</i>
2.20 <i>Director de Compras</i>	<i>pag. 49</i>
2.21 <i>Comprador Textil</i>	<i>pag. 51</i>
2.22 <i>Responsable de Proveedores / Técnico de Calidad</i>	<i>pag. 53</i>
<b>3. Nuestras oficinas</b>	<i>pag. 56</i>

## 1. NOTA PRELIMINAR

Michael Page Retail, división del Grupo dedicada a la selección de personal en el sector retail, fue creada en 2005 en respuesta a las necesidades de nuestros clientes: seleccionar profesionales del área retail en todos los sectores.

La fuerte especialización de la división de Retail ofrece a las empresas un alto valor añadido gracias a la especialización de nuestros consultores que provienen de dicha área.

Esta experiencia se traduce en un profundo conocimiento del mercado y de competencias solicitadas por nuestros clientes. Nuestra especialización, además, nos permite la selección vertical de candidatos con experiencia a partir de cinco años hasta top management.

El estudio de remuneración que le presentamos ha sido realizado gracias al conocimiento de mercado y a la constante relación con clientes y candidatos. La información de este estudio es resultado de un análisis empírico y tres fuentes de información:

- Base de datos de clientes y candidatos en el campo de Retail
- Publicación de anuncios en prensa e internet.

Según las exigencias de nuestro cliente, utilizamos una u otra herramienta o ambas.

Para cada perfil profesional, realizamos un análisis de las principales características:

- dependencia jerárquica (qué puede variar de una organización a otra)
- responsabilidades
- perfil (formación, competencias, experiencia)
- posibilidad retribución.

El nivel retributivo contempla la parte fija no la parte variable.

Esperamos que este estudio os pueda ayudar en la gestión de vuestros recursos.



## 2. Posiciones



## Jefe de Producto

### Responsabilidades

Reportando al Marketing Manager o al Director de Marketing se responsabilizará de:

- Crear, definir e implementar el Plan de Marketing del producto bajo su responsabilidad.
- Definir, junto con el Marketing Manager o Director de Marketing, la estrategia de marketing para el producto a su cargo.
- Elaborar, controlar y gestionar el presupuesto asignado al producto bajo su responsabilidad
- Medir y analizar la rentabilidad de las acciones de marketing realizadas.
- Coordinar su actividad con otros departamentos/líneas de producto de la compañía.
- Cumplir los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados

### Formación / Experiencia

El candidato suele aportar formación superior de Ciencias Económicas/ Empresariales o Marketing, valorándose positivamente Master en prestigiosa Escuela de Negocios. Indispensable nivel de inglés y/o francés alto.

### Evolución

La evolución de un Jefe de Producto es muy lineal: Marketing Manager y después Director de Marketing o Responsable de Marketing en empresas más reducidas. El paso hacia funciones más operacionales (del tipo Category Manager) es igualmente posible.

### Remuneración en euros

	CN < 60 M€	60 M€ < CN < 120 M€	CN < 120 M€
<b>Mínimo</b>	28.000	36.000	42.000
<b>Medio</b>	32.000	40.000	45.000
<b>Máximo</b>	36.000	44.000	52.000

CN: Cifra de negocio.

## Jefe de Sección

### Responsabilidades

Reportando al Jefe de Departamento o al Director de Punto de Venta, tiene la responsabilidad de:

- La gestión y la integración de una sección especializada en la que debe desarrollar la cifra de negocios y la rentabilidad en función de lo establecido por su responsable jerárquico.
- Organiza los stocks y aprovisionamientos anticipando las demandas estacionales con el fin de evitar rupturas de stock.
- Pone en marcha las acciones necesarias para fomentar las ventas, ayudado en este caso por las herramientas suministradas por el departamento de marketing y de producto.
- Se encarga de garantizar la satisfacción del cliente, realizando un buen mantenimiento de los lineales, el etiquetado y el orden y limpieza en su sección.
- Organiza y motiva a su equipo de ventas, haciéndoles partícipes de los objetivos, tanto cuantitativos como cualitativos a alcanzar.
- Debe elaborar el planning de sus colaboradores.
- En muchas ocasiones el Jefe de Sección es responsable de la gestión de los ratios económicos de su cuenta de explotación.

### Formación / Experiencia

Licenciado superior preferiblemente en dirección y administración de

empresas. En bastantes ocasiones, un vendedor con el transcurso del tiempo puede evolucionar a Jefe de Sección.

### Evolución

Este puesto se considera a menudo como una oportunidad para evolucionar verticalmente o hacia funciones de la central. Hay que tener en cuenta que en algunas empresas asistimos a una evolución de este perfil que tiende a especializarse en el marketing operacional o en la base logística.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	NS	19.000	21.000
<b>Medio</b>	NS	23.000	26.000
<b>Máximo</b>	NS	28.000	31.000

NS: No significado.

## Jefe de Departamento / Sección

### Responsabilidades

Reportando al Director de Punto de Venta, el Jefe de Departamento tiene la responsabilidad de:

- Gestionar y organizar un conjunto de secciones que formen una unidad coherente en la que debe optimizar la cuenta de explotación.
- Poner en marcha la política comercial a nivel de su departamento y establecer los objetivos de cifra de negocio y la rentabilidad a alcanzar.
- Supervisar los stocks y los aprovisionamientos, determinar la implantación de los productos en las secciones y decidir qué acciones comerciales hay que organizar.
- Selección, formación y animación de su equipo
- Dependiendo del grado de autonomía del que disponga, puede negociar directamente con los proveedores una parte de las compras o, en las organizaciones en las que las compras están centralizadas, puede solamente elegir las gamas de sus productos de referencia y las cantidades a pedir. Organiza el trabajo de su departamento y supervisa el conjunto de las actividades del personal de las secciones de su división.

### Formación / Experiencia

El Jefe de Departamento tiene frecuentemente una formación superior de tipo comercial y ha comenzado su carrera desempeñando funciones de Jefe de Sección.

### Evolución

La evolución más corriente se produce verticalmente, es decir, hacia funciones de Dirección de Centro. Asistimos de igual modo a evoluciones hacia responsabilidades de compras, marketing o desarrollo inmobiliario.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	NS	28.000	34.000
<b>Medio</b>	NS	32.000	40.000
<b>Máximo</b>	NS	37.000	48.000

NS: No significado.

## Responsable de Tienda

### Responsabilidades

Reportando al Supervisor de Tiendas o Director Regional, el candidato se responsabiliza de:

- Gestionar de forma autónoma una superficie de venta.
- Cumplir con los objetivos marcados en cuanto a cifra de negocio e implantación de las políticas definidas por la dirección comercial.
- Coordinar, animar y formar a un equipo normalmente de entre 4 y 15 personas.
- Garantizar el cumplimiento de los ratios económicos.
- Garantizar la fiabilidad del stock de su tienda.
- Definir en algunos casos las campañas de comunicación en su zona de influencia para generar e incrementar el tráfico de clientes.

### Formación / Experiencia

Al Responsable de una pequeña tienda no se le exigirá más que una buena experiencia en venta y gestión de un equipo comercial con, en algunos casos, una formación a nivel bachillerato como máximo. Por el contrario, para tiendas de mayor tamaño o grandes superficies, las exigencias son más altas y se hace indispensable una formación superior.

### Evolución

La experiencia de un Responsable de Tienda permite en ocasiones evolucionar a Supervisor de Zona o Director Regional o puestos de central. Esta evolución se consigue normalmente cuando se ha pasado por diferentes tiendas asumiendo una mayor responsabilidad en cuanto a gestión de equipos, volumen de facturación y obtención de excelentes resultados económicos además de unos buenos dotes a nivel organizativo.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	22.000	N.S.	N.S.
<b>Medio</b>	26.000	N.S.	N.S.
<b>Máximo</b>	32.000	N.S.	N.S.

NS: No significado.

## Coordinador Regional de Tiendas

### Responsabilidades

Reportando al Director de Retail tiene bajo su responsabilidad:

- La gestión de varios puntos de venta y su puesto está ante todo ligado a la gestión de equipos a nivel comercial.
- El Coordinador de Tiendas se encarga de dirigir y coordinar la actividad de un conjunto de tiendas, integradas o franquiciadas, con el fin de optimizar las acciones económicas a través de la aplicación de la política comercial con respecto a la identidad de la firma.
- Su objetivo es desarrollar las ventas e incrementar la rentabilidad asistiendo y aconsejando a los responsables en la gestión y organización de sus tiendas (en cuestión de stocks, compras, contabilidad, etc.) y sus equipos (selección, formación, management, etc.).
- Garantizar la cohesión de la red de distribución en su zona y vigilar que sean respetadas tanto la imagen de la empresa como las normas de presentación visuales y de merchandising.

### Formación / Experiencia

La formación clásica para acceder a este punto es muy habitualmente de tipo comercial para las redes minoristas y se accede tras una experiencia demostrada como Director de Centro. Para la distribución tanto especializada como alimentaria, el tipo de formación es más abierta ya que la función integra aspectos más amplios (gestión, logística, recursos humanos, etc.)

### Evolución

La evolución clásica es la que consiste en tomar la Dirección Nacional de Red de Tiendas. En la gran distribución, la evolución lleva más a puestos de Dirección General o de Dirección de Filial.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	30.000	55.000	72.000
<b>Medio</b>	41.000	70.000	88.000
<b>Máximo</b>	53.000	90.000	119.000

## Director de Red de Tiendas (Retail Manager)

### Responsabilidades

Reportando al Director General o al Director Comercial, se responsabiliza de:

- Participar en la elaboración de la política comercial y la hace aplicar en su campo de acción, especialmente a través de los Directores Regionales.
- Tiene una gran influencia en la selección de productos y trabaja cada vez más con equipos dedicados al merchandising y a la imagen.
- En determinadas compañías, esta función se acerca a una Dirección Comercial con una pertenencia al Comité de Dirección y con la responsabilidad del desarrollo inmobiliario.
- Esta función engloba un aspecto estratégico importante unido a una sensibilidad extremadamente marcada en el trabajo de terreno.

### Formación / Experiencia

De formación comercial, tiene de un modo casi sistemático experiencia probada como Director Regional o District Manager. Suele ser alguien con un gran conocimiento de las cadenas de retail, tanto de gestión de puntos de venta como en tema de expansión, producto y procesos logísticos.

### Evolución

La evolución más corriente se realiza hacia un puesto de Dirección Comercial o incluso hacia la Dirección General en empresas de tamaño medio.

Este puesto ha visto crecer su influencia y su campo de acción en los últimos años debido al desarrollo de las compañías a través de una red de tiendas propias como franquiciadas.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	53.000	70.000	N.S.
<b>Medio</b>	73.000	90.000	N.S.
<b>Máximo</b>	108.000	120.000	N.S.

NS: No significado.

## Director de Centro de Gran Superficie

### Responsabilidades

Reportando al Director Regional en la mayor parte de los casos, el Director de Centro Gran Superficie se responsabiliza de:

- Dirigir la actividad comercial de su punto de venta dentro del conjunto, elabora y valida los presupuestos y organiza globalmente al personal.
- Cuanto mayor sea la superficie de la tienda el puesto de Responsable de Tienda, que en estos casos toma el nombre de Director, crece en responsabilidad y gana en autonomía.
- El Director de Tienda está entonces obligado a delegar tanto en su adjunto como en el resto de su equipo con el fin de poder concentrarse en su misión esencial.
- Define y organiza las condiciones de organización de la política comercial de la empresa al nivel de la unidad que esta bajo su mando, determinando los objetivos y controlando su consecución. Él es el animador comercial que coordina la actividad de los diferentes departamentos y secciones, y supervisa la puesta en marcha de las acciones comerciales.
- Asimismo es el director que gestiona el conjunto del personal, que fija los objetivos y que trata de mantener un buen ambiente. Participa en la selección de todo o parte de su equipo. Desafortunadamente y en no pocas empresas la función permite escasa autonomía en cuanto a la elección de los productos o la fijación de los precios de venta.

### Formación / Experiencia

Es indispensable una formación superior orientada al comercio. Habitualmente tiene una experiencia como Jefe de Departamento o Director de Tienda de tamaño pequeño.

### Evolución

Este puesto tradicionalmente es una oportunidad para evolucionar a Director Regional, Internacional, Responsable de una filial (pequeña o mediana) o a un puesto de mando intermedio en las centrales de las grandes filiales.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	N.S.	36.000	36.000
<b>Medio</b>	N.S.	58.000	68.000
<b>Máximo</b>	N.S.	84.000	113.000

NS: No significado.

## Visual Merchandiser

### Responsabilidades

En dependencia del Responsable de Merchandising tendrá las siguientes responsabilidades:

- Implantar la estrategia desarrollada por el Responsable de Merchandising en cuanto a la colocación/disposición del producto en tienda.
- Se encarga del montaje de los escaparates y de la disposición del producto en el punto de venta teniendo en cuenta los colores, los formatos, las dimensiones y las categorías de producto.
- Habitualmente tienen bajo su responsabilidad la implantación del merchandising de varios puntos de venta, por lo que se apoyan en personal especializado en estas funciones en cada tienda.
- Realiza un análisis de las ventas para comprobar la efectividad y resultados de la disposición de los escaparates y escenarios.
- Formar a los equipos de venta sobre los básicos del merchandising.

### Formación / Experiencia

Preferiblemente debe tener una formación en marketing, en diseño gráfico o interiores. Habitualmente habrá desempeñado funciones de venta, por lo que tendrá un conocimiento previo de producto. Ha de ser una persona creativa, original y con iniciativa. Debe tener una fuerte capacidad de trabajo en equipo.

### Evolución

Esta posición evoluciona verticalmente hacia un puesto de Responsable de Merchandising estableciendo la estrategia a nivel nacional.

### Remuneración en euros

	CN < 30 M €	30 M € < CN < 80 M €	CN < 80 M €
<b>Mínimo</b>	18.000	24.000	N.S.
<b>Medio</b>	24.000	30.000	N.S.
<b>Máximo</b>	30.000	36.000	N.S.

CN: Cifra de negocio.  
NS: No significado.

## Responsable de Merchandiser

### Responsabilidades

Reportando al Director de Marketing o al Director de Retail, se responsabilizará de:

- Esta función se encuentra principalmente en las redes minoristas y en concreto en el sector textil. En efecto, el desarrollo de la distribución a través de redes de tiendas monomarca y la importancia creciente de la organización visual de la tienda han permitido desarrollar esta función de manera notable.
- El papel de Responsable de Merchandising es el de revalorizar los productos a través de su colocación en los puntos de venta en las vitrinas, en los lineales o con promociones especializadas en tienda.
- Elabora el manual de identidad visual corporativa que deberá seguirse en todas las tiendas y elabora los códigos concretos que transmite a los puntos de venta. Reflexiona igualmente sobre el concepto y el desarrollo de la decoración e implantación de productos.

### Formación / Experiencia

De formación en marketing o en diseño gráfico posee una experiencia que puede haber sido adquirida en tienda, en el seno de un departamento de marketing o de desarrollo de producto. Ha de tener buenos dotes de management para formar y animar a un equipo de merchandisers.

### Evolución

El aspecto técnico de esta función permite afrontar evoluciones verticales en el seno de organizaciones de tamaño importante, pero también de modo transversal.

A pesar de todo, esta especialización esta hoy en día reconocida y cada vez más solicitada por las compañías.

### Remuneración en euros

	CN < 30 M €	30 M € < CN < 80 M €	CN < 80 M €
<b>Mínimo</b>	36.000	41.000	N.S.
<b>Medio</b>	48.000	52.000	N.S.
<b>Máximo</b>	60.000	66.000	N.S.

CN: Cifra de negocio.  
NS: No significado.

## Técnico de Expansión

### Responsabilidades

En dependencia del Responsable de Expansión tendrá las siguientes responsabilidades:

- Prospeccionar suelo y locales.
- Realizar estudios de mercado y financieros.
- Contactar y negociar con los proveedores.
- Mantener relaciones institucionales, tanto a nivel nacional como regional.
- Tramitar las licencias necesarias para el desarrollo de la actividad.
- Coordinar con el departamento de obras, la construcción o acondicionamiento del local.
- Supervisar el cumplimiento de todos los plazos establecidos.

### Formación / Experiencia

Debe poseer una formación Jurídica o en Administración y Dirección de Empresas con un buen conocimiento de la legislación autonómica. En ocasiones este perfil surge tras haber ocupado un puesto de Dirección de Tienda. Debe ser una persona con elevada capacidad analítica, alta orientación al resultado, acostumbrado al trabajo en equipo y con buenas habilidades comerciales.

### Evolución

Esta posición evoluciona habitualmente hacia el puesto de Responsable de Desarrollo, supervisando varias regiones o a nivel nacional.

### Remuneración en euros

	CN < 30 M €	30 M € < CN < 80 M €	CN < 80 M €
<b>Mínimo</b>	30.000	36.000	N.S.
<b>Medio</b>	36.000	40.000	N.S.
<b>Máximo</b>	42.000	46.000	N.S.

CN: Cifra de negocio.  
NS: No significado.

## Responsable de Desarrollo Inmobiliario / Expansión

### Responsabilidades

Reportando al Director Comercial o de Red de Tiendas en algunos casos, se responsabiliza de:

- Asegura el desarrollo de la firma en su región o a nivel nacional.
- Gestiona la búsqueda de nuevos emplazamientos, realiza las peticiones de permisos de obras, estudia las posibilidades de recompra de tiendas y negocia con los responsables políticos locales.
- Su campo de acción llega hasta estudios de previsiones y de rentabilidad.
- Puede reunir varios cargos de desarrollo en las estructuras que dispongan de una gran red de tiendas y en ocasiones incluso ser responsable del servicio técnico.
- En algunas compañías, estas dos funciones están separadas.

### Formación / Experiencia

El Responsable de Desarrollo Inmobiliario tiene una formación comercial o jurídica y posee una experiencia adquirida en la Dirección de Tiendas o en el sector inmobiliario de la compañía. Hay que tener en cuenta que estas funciones están cada vez más abiertas a jóvenes diplomados en especialidades jurídicas.

### Evolución

Se trata de un puesto preciso y técnico, desde el que se puede evolucionar a nivel internacional si la compañía lo permite. Sin embargo la evolución hacia la Dirección de Ventas o Comercial no queda excluida.

### Remuneración en euros

	<b>Detallista</b>	<b>G.D. Especializada</b>	<b>G.D. Alimentación</b>
<b>Mínimo</b>	55.000	60.000	65.000
<b>Medio</b>	70.000	72.000	75.000
<b>Máximo</b>	85.000	90.000	98.000

## Comprador / Jefe de Producto

### Responsabilidades

Reportando al Jefe de Grupo, el Comprador / Jefe de Producto se responsabiliza de:

- Elaborar y dirigir su gama de productos (número de referencias, selección de marcas, etc.)
- Negociar las mejores condiciones para el conjunto de la gama en términos de tarifas, de plazos de entrega, de packaging, etc.
- Analizar y realizar una previsión de comportamiento del consumidor con el fin de adaptar la gama a sus necesidades.
- Estar al acecho de nuevos productos y asegurar las existencias a nivel nacional e internacional.
- En algunas compañías, estas dos funciones están separadas.

### Formación / Experiencia

De formación superior en marketing o comercial, el Comprador/Jefe de Producto puede venir de puestos del sector (Jefe de Sección o de Departamento) o puede haber trabajado en la central en funciones de Asistente al Jefe de Producto o en Investigación de Mercados. Ciertos perfiles de tipo Key Account Manager pueden ser valorados por su capacidad negociadora.

### Evolución

Este puesto permite evolucionar hacia funciones de Jefe de Grupo de manera clásica o hacia Category Manager. Debido a la centralización de las compras en la gran distribución, esta función se ha desarrollado intensamente a lo largo de los últimos años.

Del mismo modo, es un paso inicial hacia futuras posiciones en Central de Compras.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	28.000	32.000	38.000
<b>Medio</b>	36.000	38.000	48.000
<b>Máximo</b>	45.000	49.000	58.000

## Jefe de Grupo / Responsable de Compras

### Responsabilidades

Reportando al Jefe de Grupo, el Comprador / Jefe de Producto se responsabiliza de:

- Dirigir a un grupo de Compradores / Jefes de Producto o incluso de Category Manager. Puede también desempeñar un papel internacional en la coordinación de las gamas y de las compras.
- Posee la capacidad de análisis necesaria para hacer evolucionar las gamas de productos de manera adecuada a largo plazo.
- Definir la red de proveedores/fabricantes con las que se interactuará para la compra/desarrollo de producto.
- Gestionar y definir una gama o de todos los productos en conjunto, ya sea a nivel nacional o internacional.

### Formación / Experiencia

De formación superior en comercial o marketing, ha adquirido una experiencia demostrada como Comprador/Jefe de Producto y posee las cualidades personales necesarias para la gestión de equipos a menudo de un tamaño importante. En la mayor parte de los casos tiene una experiencia de gestión de varios productos dentro de un mismo sector.

### Evolución

En la mayor parte de los casos, la evolución se realiza de modo vertical hacia una Dirección de Marketing o de Compras.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	48.000	55.000	68.000
<b>Medio</b>	55.000	65.000	79.000
<b>Máximo</b>	62.000	80.000	90.000

NS: No significado.

## Director de Compras

### Responsabilidades

Reportando al Director General, el Director de Compras se responsabiliza de:

- Definir la estrategia de compras de la empresa en términos de categorías de producto, cantidad, calidad y precio.
- Elaboración, implementación y control del presupuesto de compras.
- Animar a un equipo de compradores.
- Establecer los procedimientos de aprovisionamiento.
- Negociar con los proveedores más importantes.
- Poner en marcha un sistema de referencias agrupado a los proveedores por familias y/o grupos de productos.
- Garantizar la mejora continua en los procesos de compra.

### Formación / Experiencia

De formación superior en comercial o marketing, ha adquirido una experiencia demostrada como Comprador/Jefe de Producto y posee las cualidades personales necesarias para la gestión de equipos a menudo de un tamaño importante. En la mayor parte de los casos tiene una experiencia de gestión de varios productos dentro de un mismo sector.

### Evolución

En la mayor parte de los casos, la evolución se realiza de modo vertical hacia una Dirección Comercial o General. Estos perfiles son también codiciados para puestos incluso desde el lado del fabricante.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	N.S.	60.000	75.000
<b>Medio</b>	N.S.	70.000	90.000
<b>Máximo</b>	N.S.	95.000	120.000

NS: No significado.

## Responsable de Showroom

### Responsabilidades

Reportando al Director Comercial se responsabiliza de:

- Dinamizar las ventas del ShowRoom a través de las visitas de los clientes.
- Gestionar un equipo dedicado tanto a la venta como a las tareas administrativas.
- En muchas ocasiones debe organizar eventos y acciones marketing para dar a conocer la marca y su gama de productos.
- Organizar la gestión de stocks y el buen aprovisionamiento del producto según los picos de venta.
- Debe elegir la gama de productos que deben estar presentes en el Showroom adaptándolo a las necesidades del mercado local
- Supervisar las tareas administrativas y el flujo de los productos.

### Formación / Experiencia

De formación comercial posee una experiencia en ventas tanto a nivel comercial externo o en punto de venta. Es una persona con fuerte capacidad para negociar, con un buen trato cliente y con un alto sentido organizativo. Habitualmente son perfiles que dominan el mundo del textil o productos de gama alta tipo lujo. Es muy valorable el conocimiento de idiomas para poder visitar las diferentes ferias.

Ha de ser una persona habituada a trabar por objetivos y con tolerancia al estrés en época de picos de trabajo.

### Evolución

La evolución puede realizarse a nivel vertical hacía una Dirección Comercial. También puede evolucionar a tareas de Country Manager para marcas con una estructura pequeña.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	30.000	34.000	N.S.
<b>Medio</b>	40.000	45.000	N.S.
<b>Máximo</b>	50.000	55.000	N.S.

NS: No significado.

## **Responsable de Expansión Comercial (Desarrollo Empresas Franquicias)**

### **Responsabilidades**

Reportando al Director General o al Director de Marketing se responsabiliza de:

- Encargarse de la captación de inversores para la apertura de nuevos puntos de venta.
- Desarrollar la negociación y cierre de contratos con los partners.
- Dar apoyo a los franquiciados para potenciar las ventas y el buen funcionamiento de los puntos de venta.
- Colaboración con el departamento de obras para gestionar las incidencias que puedan haber antes de la apertura del punto de venta.
- Colaboración con el departamento de Marketing para aplicar la imagen y conceptos de la marca.
- Debe ayudar a la búsqueda de locales para los partners.
- Debe realizar estudios de mercado para aprobar los proyectos de expansión.

### **Formación / Experiencia**

Suele tener una formación superior, preferiblemente con fuerte experiencia en el sector del Retail ya que debe aportar sus conocimientos para el buen funcionamiento de los puntos de venta franquiciados. Su constante trabajo de cara a los franquiciados le requiere tener muchas dotes comerciales para generar empatía, con buena capacidad de negociación, buen nivel de

interlocución y una clara orientación a resultados.

### **Evolución**

La evolución puede ser horizontal ya que puede ser en diferentes departamentos de la empresa como Marketing. La tendencia principal sería evolucionar a Director Retail o Jefe de Expansión.

### **Remuneración en euros**

	<b>Detallista</b>	<b>G.D. Especializada</b>	<b>G.D. Alimentación</b>
<b>Mínimo</b>	30.000	35.000	N.S.
<b>Medio</b>	40.000	43.000	N.S.
<b>Máximo</b>	50.000	45.000	N.S.

NS: No significado.

## Gestor de Producto / Aprovevisionador

### Responsabilidades

Reportando al Jefe de Producto se responsabiliza de:

- Gestionar el aprovisionamiento de producto en las tiendas.
- Análisis y seguimiento de las ventas para poder pilotar el flujo de stocks para cada tienda.
- Organizar los traspasos de stock no vendidos entre las tiendas.
- Dar apoyo en las implantaciones de los productos en el lineal.
- Colaboración con el departamento de marketing para la buena implantación en temas de imagen como las PLV, balizas y carteles.
- Organización de las operaciones comerciales según las fechas, los precios y el material para utilizar.

### Formación / Experiencia

Suele ser una persona con una formación superior en empresariales o económicas. Acostumbra a ser un perfil junior con una buena capacidad analítica, muy buenos conocimientos informáticos (sobretudo en Excel) y un buen nivel de idiomas. La experiencia en punto de venta no es indispensable pero se valora mucho.

### Evolución

La evolución puede ser horizontal ya que puede ser en diferentes departamentos de la empresa como Marketing. La tendencia principal sería evolucionar a Director Retail o Jefe de Expansión.

### Remuneración en euros

	Detallista	G.D. Especializada	G.D. Alimentación
<b>Mínimo</b>	30.000	35.000	N.S.
<b>Medio</b>	40.000	43.000	N.S.
<b>Máximo</b>	50.000	45.000	N.S.

NS: No significado.

## Director de Diseño

### Responsabilidades

Reportando a Dirección de Producto o Dirección General, el Director de Diseño se responsabiliza de:

- Coordinar el diseño y creación de todas las líneas de producto, ya sea por tipo de confección (plana, circular y punto) como por planteamiento de tipo de colecciones (básicos, fiesta, promociones, etc.)
- Participar junto a Dirección de Producto, en el estudio de mercado para el posicionamiento del producto y dotar de identidad propia a la colección.
- Desarrollar, directamente o gestionando a su equipo, los paneles de tendencias que sirven de punto de partida para el planteamiento de la colección.
- Decidir, junto con Dirección de Compras, la red internacional de proveedores de prenda acabada.
- Establecer los mercados objeto de estudio para llevar a cabo la búsqueda de tendencias y shopping internacional.
- Coordinar un equipo de diseño y patronaje, de mayor o menor magnitud dependiendo del volumen de la compañía.

### Formación / Experiencia

Perfil con estudios superiores en Escuela de Diseño, siendo muy valorable Master o Postgrado en Gestión de Empresas de moda. Es un perfil en el que, si bien predomina el componente creativo, tiene cierto componente gestor para coordinar el posicionamiento del producto y el contacto con

proveedores. Suele ser un perfil con una experiencia consolidada de unos 5 años de experiencia. El dominio de inglés es totalmente indispensable para desarrollar con éxito la posición, valorándose incluso el dominio de otros idiomas dado que suele ser una posición en la que se suele viajar con frecuencia. Es valorable el conocimiento de patronaje. Del mismo modo, dominio de herramientas informáticas como Illustrator, Freehand, Photoshop, etc.

### Evolución

La evolución suele ser hacia una posición de gestión global como Director de Producto o Dirección Comercial.

### Remuneración en euros

	CN < 60 M €	60 M € < CN < 120 M €	CN < 120 M €
<b>Mínimo</b>	40.000	50.000	55.000
<b>Medio</b>	45.000	55.000	65.000
<b>Máximo</b>	60.000	70.000	80.000

CN: Cifra de negocio.

## Diseñador

### Responsabilidades

Reportando al Responsable de Diseño, el Diseñador se responsabiliza de:

- Desarrollar desde un punto de vista creativo y técnico (normalmente a través de una ficha técnica) la línea de producto asignada.
- Participar activamente en la búsqueda de tendencias, tanto con presencia en ferias como shopping internacional
- Contactar permanentemente con los proveedores externos o con la producción propia para la validación de las muestras y fitting de cada una de las prendas.
- Colaborar en la búsqueda de tejidos y fornituras coherentes con el modelo a realizar.
- Coordinar la actividad con Asistentes de Diseño y Patronaje.

### Formación / Experiencia

Normalmente es un perfil con formación Superior en Escuelas de Diseño. Son perfiles internacionales, con alguna formación complementaria a nivel internacional.

El dominio de inglés es totalmente indispensable para desarrollar con éxito la posición, valorándose incluso el dominio de otros idiomas dado que suele ser una posición en la que se suele viajar con frecuencia. Es valorable el conocimiento de patronaje. Del mismo modo, dominio de herramientas informáticas como Illustrator, Freehand, Photoshop, etc.

### Evolución

Su evolución vertical pasa por asumir la posición de Responsable de Diseño o Director Creativo. No obstante, dependiendo de su componente de gestión se pueden dar cambios horizontales hacia Product Manager

### Remuneración en euros

	CN < 60 M €	60 M € < CN < 120 M €	CN < 120 M €
<b>Mínimo</b>	22.000	30.000	35.000
<b>Medio</b>	28.000	35.000	45.000
<b>Máximo</b>	35.000	42.000	50.000

CN: Cifra de negocio.

## Director de Compras

### Responsabilidades

Reportando a Gerencia, el Director de Compras se responsabilizará de:

- Crear y asegurar el cumplimiento del planning de producción, desde la concepción del producto hasta su llegada al centro logístico.
- Coordinar la oficina técnica/Responsable de Proveedores para llevar a cabo los controles de calidad sobre los tejidos y producto acabado.
- Asegurar e incrementar la rentabilidad de las colecciones, decidiendo los proveedores más apropiados, estableciendo precios de compra, márgenes, rotación de stocks, etc.
- Mantener una comunicación fluida y permanente con el equipo de diseño y ventas para realizar un seguimiento detallado del desarrollo de producto.
- Coordinar con el equipo del Centro Logístico la buena recepción del producto, con los estándares cualitativos y cuantitativos establecidos.

### Formación / Experiencia

Suele ser un perfil con una sólida formación en gestión económica y humana, con Estudios Superiores de la rama empresarial (ADE, CC.EE., Empresariales, etc.), y que suele haber complementado con un MBA o Master en Comercio Internacional. Suele ser un perfil que ha ocupado durante varios años la posición de Comprador, habituado a gestionar un presupuesto de compra. Inglés a nivel negociación así como

disponibilidad para viajar es imprescindible para este tipo de posiciones. Son perfiles claramente diferenciados de los compradores de Gran Distribución, por el hecho de contar con un equipo de Diseño interno/o externo, con una clara sensibilidad hacia el producto y conocimiento de la moda.

### Evolución

Su evolución natural es hacia Gerencia, contemplando cambios horizontales hacia Dirección de Producto o Dirección Comercial

### Remuneración en euros

	CN < 60 M €	60 M € < CN < 120 M €	CN < 120 M €
<b>Mínimo</b>	45.000	50.000	65.000
<b>Medio</b>	50.000	65.000	90.000
<b>Máximo</b>	60.000	70.000	120.000

CN: Cifra de negocio.

## Comprador Textil

### Responsabilidades

Reportando al Director de Compras, el Comprador se responsabilizará de:

- Participar en la selección de proveedores a nivel internacional, normalmente Asia, tanto para la compra de tejido como de prenda acabada.
- Negociar con proveedores internacionales, ajustando los costes que permitan aplicar un precio de venta acorde al posicionamiento de la marca y calidades del producto.
- Controlar y garantizar los plazos de entrega de las diferentes colecciones relacionándose para ello con el equipo de merchandiser y de import/export.
- Coordinar con un agente en origen y/u oficina técnica, el control de calidad respecto a lo establecido.
- Asistir a ferias a nivel internacional del sector, tanto de tejidos, prenda acabada y fornituras

### Formación / Experiencia

Suele ser un perfil con una sólida formación en gestión, con Estudios Superiores de la rama empresarial (ADE, CC.EE., Empresariales, etc.). Normalmente se han iniciado como Asistentes de Compras o Merchandiser, realizando seguimiento de producción. Inglés a nivel negociación así como disponibilidad para viajar es imprescindible para este tipo de posiciones.

Son perfiles claramente diferenciados de los compradores de Gran Distribución, por el hecho de contar con un equipo de Diseño interno/o externo, con una clara sensibilidad hacia el producto y conocimiento de la moda.

### Evolución

Suele evolucionar hacia Responsable de Compras de una línea de producto o de la integridad de la colección, dependiendo de la magnitud de la compañía.

### Remuneración en euros

	CN < 60 M €	60 M € < CN < 120 M €	CN < 120 M €
<b>Mínimo</b>	28.000	35.000	42.000
<b>Medio</b>	35.000	40.000	50.000
<b>Máximo</b>	40.000	48.000	60.000

CN: Cifra de negocio.

## Responsable de Proveedores / Técnico de Calidad

### Responsabilidades

Reportando al Director de Compras/Producto, el Responsable de Proveedores se responsabiliza de:

- Trabajar de un modo muy interrelacionado junto con el equipo de Diseño y Merchandiser para colaborar en el desarrollo del producto desde sus fases iniciales.
- Seguimiento, corrección y aprobación de todas las fases requeridas en producción.
- Control in situ de las producciones, corrigiendo problemas de confección o calidad de tejido/fornituras en el momento.
- Conocer los mercados de producción textil asiáticos y aportar a la compañía nuevos proveedores que cumplan los estándares de calidad.

### Formación / Experiencia

Es un perfil que suele estar presente en entornos profesionalizados con un volumen de producción relevante, puesto que en ocasiones puede ser asumido por el comprador o un Agente presente en origen. Suele ser un perfil con formación técnica en Ingeniería Textil. Cada vez es un perfil más demandado dada la externalización de las producciones a nivel internacional. Inglés a nivel negociación así como disponibilidad para viajar con frecuencia a países asiáticos es totalmente imprescindible.

### Evolución

Su evolución puede ser amplia dado la polivalencia de la posición, si bien es verdad que suele ser hacia Comprador o Responsable de Compras.

### Remuneración en euros

	CN < 60 M €	60 M € < CN < 120 M €	CN < 120 M €
<b>Mínimo</b>	28.000	35.000	42.000
<b>Medio</b>	35.000	40.000	50.000
<b>Máximo</b>	40.000	48.000	60.000

CN: Cifra de negocio.

## Nuestras oficinas

### **Madrid:**

Paseo de la Castellana 28 - 28046 Madrid

Tel. : +34 91 131 81 00

Fax: +34 91 359 45 15

Paseo de la Castellana 60 - 28046 Madrid

Tel. : +34 91 131 81 00

Fax: +34 91 564 74 00

### **Barcelona:**

Plaza Cataluña 9 - 08002 Barcelona

Tel.: +34 93 390 06 10

Fax: +34 93 412 60 13

### **Valencia:**

Avda. Cortes Valencianas 39 - 46015 Valencia

Tel.: +34 96 045 19 10

Fax: +34 96 045 19 99

### **Sevilla:**

Paseo de las Delicias 1 - 41001 Sevilla

Tel.: +34 95 497 89 00

Fax: +34 95 497 89 01

### **Bilbao:**

C/ San Vicente 8 - 48001 Bilbao

Tel.: +34 94 435 53 77

Fax: +34 94 424 04 21