

ANEPE: "cuidarse de forma sostenible y personalizada son los pilares del futuro de la estética"

Según ANEPE (Asociación Nacional de Empresas del Sector Profesional de Peluquería y Estética, la digitalización ha transformado también el sector de la estética y se consolidan también como un gran escaparate para dar a conocer las últimas tendencias

La búsqueda de productos sostenibles, orgánicos y naturales, así como personalizados son algunas de las tendencias que vienen pisando fuerte en el mercado de la estética y del cuidado personal. Todo ello en el marco de una actualidad en la que los consumidores ya no se conforman con tratamientos generales, sino con soluciones personalizadas que se adapten a sus necesidades específicas. Un traje a medida que les haga sentir únicos, especiales y a gusto con su cuerpo.

Productos naturales y ecológicos

La preocupación de los consumidores por su salud y su preferencia por los productos naturales marca la actualidad del sector de la estética. Buena prueba de ello son los 780 millones en valor que alcanza el mercado de la cosmética natural, según datos de Stanpa.

El perfil de los grandes consumidores de cosmética natural es el de una mujer urbana, con hijos o embarazada, de edad entre 30-45 años y poder adquisitivo medio-alto. Un perfil que busca seguir un estilo de vida saludable y que utiliza como fuente de información las redes sociales.

También son cada vez más los consumidores que valoran los productos con la etiqueta "sostenible" que hayan eliminado las sustancias químicas como parabenos, perfumes sintéticos y colorantes. De esta manera, los productos que respeten la piel, sobre todo, en casos de alergias, piel sensible o dermatitis han tenido auge en los últimos años. Y es que no cabe olvidar que la cosmética ecológica presenta el beneficio de estar indicada para todo tipo de pieles y cabellos.

El mercado tiene mucho campo por recorrer de cara al futuro dentro del marco de los productos sostenibles. Un futuro en el que entrarán en escena conceptos ya presentes en algunos mercados como la cosmética fermentada, procedente de Corea y que se basa en la fermentación.

Con este telón de fondo, se consolida también el concepto de estética ética, a base de productos no testados con animales y respetuosos con el medio ambiente.

Ellos también se cuidan

Cada vez son más los hombres que incorporan el uso de cosmética y de tratamientos estéticos en su rutina. De hecho, casi 9 de cada 10 consideran que cuidar su apariencia aumenta la confianza en ellos mismos y el 84% reconoce que el uso de la cosmética se ha convertido en un hábito diario.

Se está, por lo tanto, ante un nicho de mercado que tienen en cuenta las marcas a la hora de configurar sus productos, servicios y estrategias para comunicarlos a los usuarios que puedan estar interesados.

Productos y tratamientos a medida

Entre las nuevas tendencias que emergen se encuentra la de la estética a medida, con la que las personas quieren sentirse únicas. Esta personalización se traduce, por ejemplo, en tratamientos y producto que se realizan en función de las necesidades de cada consumidor.

Se trata de la respuesta de los fabricantes y distribuidores a una sociedad que valora mucho la personalización de los productos y servicios que consume. Es por esto, que algunas empresas de cosmética han incorporado la opción de generar un informe personalizado luego de análisis de piel, que permite desarrollar productos a medida de cada uno de los clientes, brindando soluciones personalizadas.

Las redes sociales, un gran aparador

Según ANEPE (Asociación Nacional de Empresas del Sector Profesional de Peluquería y Estética, la digitalización ha transformado también el sector de la estética y se consolidan también como un gran escaparate para dar a conocer las últimas tendencias. De este modo, redes como Instagram se convierten en un canal a aprovechar para dar a conocer desde novedades de productos y servicios, lo que se lleva o se llevará en un futuro, hasta como para conocer de primera mano qué opinan los consumidores al respecto.

Y es que el 83% de los Españoles sigue alguna marca en redes sociales, y uno de cada dos españoles reconoce haber comprado algún producto influenciado por las redes sociales, según el “Estudio de redes sociales de 2017”, de IAB (Interactive Advertising Bureau) Spain.

De esta manera, las redes sociales se han convertido en una plataforma ideal gracias a ventajas como la inmediatez, el bajo coste y la capacidad de difusión masiva, que no solo permite el posicionamiento de las marcas y sus productos, sino que también proporciona la personalización de la experiencia.

Buenas perspectivas para el sector

Todas estas tendencias se enmarcan en un contexto positivo para el mercado de la peluquería y estética profesional español. De hecho, el 60% de los profesionales tienen perspectivas de crecimiento para 2019 gracias al incremento del consumo y a la actual coyuntura económica. Estos resultados se desprenden de la Consulta sectorial sobre la evolución de la Peluquería y la Estética realizado por ANEPE.

Unas cifras que respaldan otra de las tendencias más destacadas: la internacionalización como impulso del sector. De hecho, “en nuestro estudio se refleja que un 26,2% de los encuestados le da a la internacionalización –en una escala de 0 a 10- un 7 como punto a tener en cuenta en su estrategia de empresa y un 9,6% le da la máxima puntuación”, subrayan desde ANEPE. Buen ejemplo es el hecho que España exportó 216 millones de euros en cosmética durante el pasado año 2018.

Acerca de ANEPE

ANEPE es la Asociación Nacional de Empresas del Sector Profesional de Peluquería y Estética. Un punto de encuentro de experiencias profesionales para sus asociados, que les permite participar de proyectos comunes y oportunidades de negocio para su mejora competitiva. La Asociación tiene también diferentes acuerdos de colaboración que se traducen en ventajas y descuentos para las empresas que forman parte de ella.

Datos de contacto:

Carmen
932287860

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Sociedad](#) [Ecología](#) [Medicina alternativa](#) [Consumo](#) [Belleza](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>