

**Nuevas luces sobre el mercado de la cosmética:**  
**Primer Estudio Nacional de los Mercados Profesionales de la Peluquería y Estética, realizado**  
**KEY-STONE encargado por STANPA**

**El Salón Look y STANPA anuncian la presentación del Primer Estudio Nacional de los Mercados Profesionales de la Peluquería y Estética.**

Este primer y novedoso estudio arroja luz por primera vez a un sector profesional que, siendo bien conocido por los usuarios, carece de un correcto dimensionamiento y descripción desde la perspectiva de su verdadera relevancia económica y social.

STANPA, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, es consciente de la importancia de proveer a la sociedad de un conocimiento profundo sobre las principales características de un sector que emplea directamente a más de 100.000 personas en nuestro país, basado fundamentalmente en el autoempleo y en PYMES. Por ello, ha querido contribuir a su mejor conocimiento, promoviendo un estudio riguroso con metodología adecuada a estándares europeos.

La necesidad de que las personas que están al frente de salones de peluquería y centros de estética conozcan mejor su entorno, y analicen sus negocios con parámetros empresariales, es aún más acuciante en periodos de alta incertidumbre como el actual. Negocios más rentables han de ser diseñados a través de una gestión más eficiente y orientada al futuro, lo cual sólo es posible a través de un correcto análisis de la situación del sector.

La Peluquería Profesional y la Estética, generan un consumo de productos próximo a los 600 millones de €/año, manteniéndose en volúmenes de negocio similares a los del año precedente.

La importancia de estos canales no reside únicamente en el volumen de producción industrial que generan sino en el impacto a nivel consumo que tienen y sobre todo en la cantidad de negocios más pequeños (peluquerías y centros estéticos) que están directamente vinculados con ellos y que generan ingresos, empleo y riqueza.

La información que disponen la totalidad de empresas del sector de este último eslabón, antes de llegar al consumidor, es muy limitada y la periodicidad con la que la se obtiene no siempre es la adecuada.

A esto hay que añadir la dureza de la actual crisis económica que ha alterado gravemente los mercados y revolucionado hábitos de consumo. Por ello, desde STANPA se ha visto la necesidad de abordar un proyecto de investigación de gran alcance, que ayude a describir los principales indicadores del sector. Con un objetivo muy ambicioso, el estudio se ha realizado sobre una amplia muestra de 1000 centros estéticos y 1500 salones de peluquería para

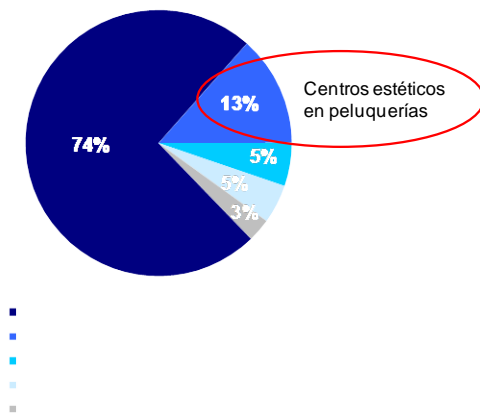
conocer la situación real del sector, lo que supone la mayor muestra analizada hasta la actualidad y garantiza sobradamente la validez estadística de los resultados obtenidos.

La encuesta ha sido realizada por KEY-STONE, un Instituto especializado en el sector del bienestar y salud durante los meses de Mayo- Agosto de este año.

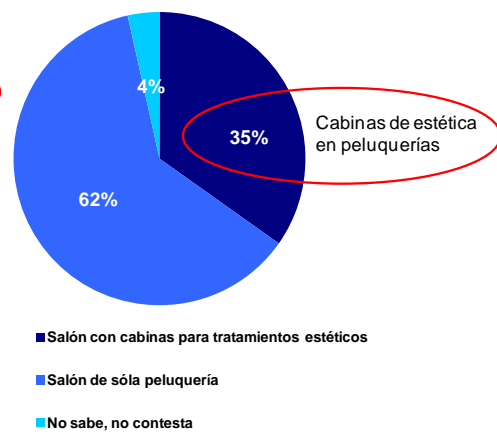
El amplio estudio sobre el mundo de la belleza que mostraremos en detalle durante el Salón Look, describe por primera vez la situación del mercado de la peluquería y la estética apareciendo aspectos enormemente relevantes de su configuración e indicadores importantes sobre su actividad.

Destacar que en España, a diferencia de otros países, la peluquería y la estética están más integradas en un único concepto de belleza. Un tercio de los salones están incorporando servicios de estética y un 13% de los centros estéticos ofrecen ya peluquería. Un modelo mixto y una oportunidad de negocio para los centros y para los fabricantes del sector.

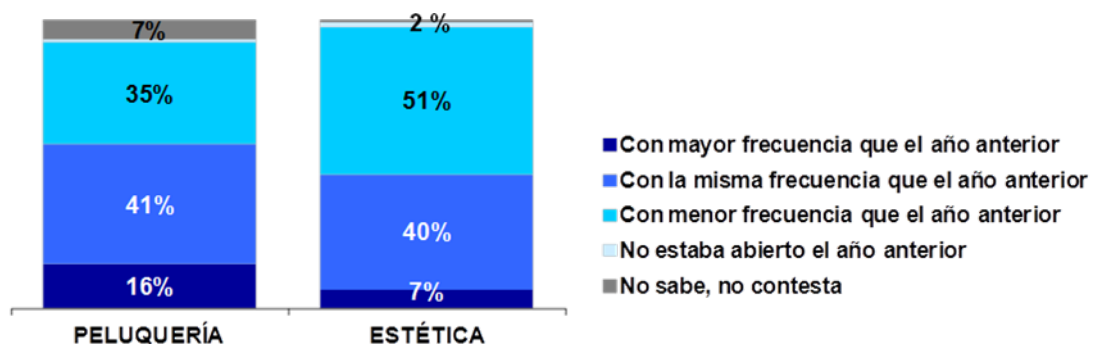
**Muestra 1000 centros estéticos**



**Muestra 1588 salones de peluquería**



Otra información relevante se refiere a la "frecuencia" de acceso al salón por parte de los clientes en el último año respecto al ejercicio anterior.

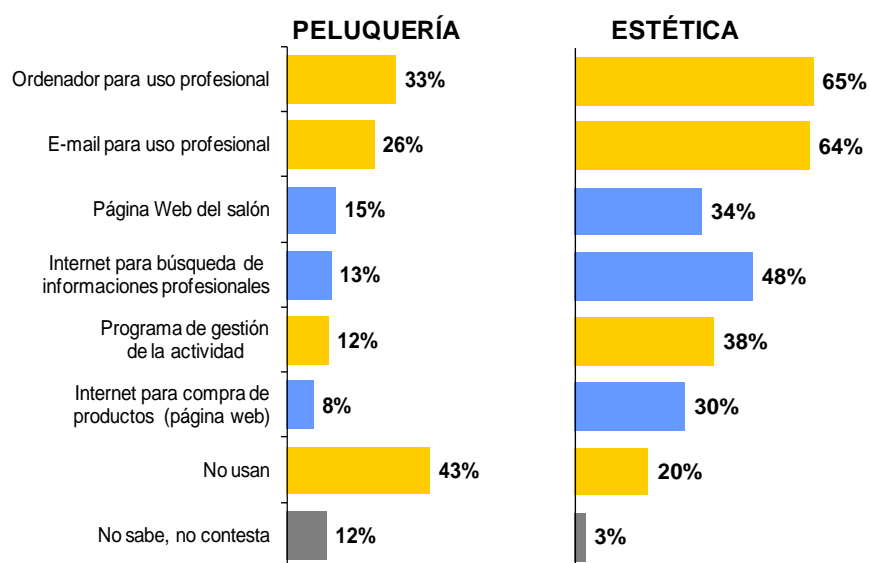


La declaración de los responsables de los centros muestran un diferente comportamiento de afluencia a los centros estéticos con un 51 % de disminución de visitas frente a un 35 % declarado en peluquería.

Para un 40 % de ambos la frecuencia se ha mantenido estacionaria, mientras que un 16 % en peluquería y un 7 % en estética aseguran haber tenido un aumento de visitas.

Dando por supuesto que el aumento o la disminución de la frecuencia no significan exactamente un aumento o disminución del negocio, lo que sorprende es esta diferencia de opiniones que no es transversal y uniforme para todos los entrevistados sino que se refiere a una parte de los mismos. Es muy interesante ahondar en las diferencias de los modelos de oferta y comprobar qué perfil se está ajustando más rápidamente al nuevo contexto de mercado y, por tanto, está contribuyendo mayormente al éxito y al desarrollo del negocio.

Apuntar un primer dato diferenciador: La incorporación de tecnologías y sistemas de gestión en los dos modelos de negocio



Hay más claves que muestran que algunos operadores, están reaccionando muy positivamente, aún a pesar de la crisis y del menor hábito de los españoles a acudir a los centros estéticos, respecto de los salones de peluquería.

El análisis de sus particularidades encontradas, permite concluir que hay resortes que bien trabajados pueden iniciar un proceso de recuperación del sector.

**Para informaciones, Oficina de Prensa:**

**Key-Stone** - Federica Cortese, tel. 0039 011.3119430 - [ufficiostampa@key-stone.it](mailto:ufficiostampa@key-stone.it)