EL NUEVO MAPA DE LA ESTÉTICA EN ESPAÑA

Por Nueva Estética

El sector de la estética profesional está entrando en una etapa decisiva. No se trata de una sensación: es un cambio respaldado por datos, investigación y la mirada de quienes llevan décadas estudiando el comportamiento del consumidor y la evolución del mercado. La jornada celebrada en STANPA (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética de España), en colaboración con Salón Look, presentó una investigación clave desarrollada por Key-Stone, consultora de referencia internacional en el sector.

La ponencia estuvo liderada por Roberto Rosso, presidente de Key-Stone, acompañado de Amparo, responsable del análisis de mercado, y Jessica, encargada de la visión cualitativa y metodológica. La presentación fue introducida por Óscar Mateo (STANPA) y Susana Salvadó (Salón Look).

¿El resultado? Una radiografía precisa, reveladora y, sobre todo, transformadora sobre el futuro inmediato de los centros estéticos en España.

El estudio que revela cómo trabajan 480 centros estéticos en España

La investigación de Key-Stone analizó **480 centros de estética** seleccionados aleatoriamente en todo el país. El estudio es una de las fotografías más completas del sector en la última década.

Tipología de centros

- 65% → Estética tradicional
- 21% → Servicios mixtos (bienestar + estética)
- 12% → Aparatología avanzada
- 1% → Medicina estética

Antigüedad

- 46% llevan más de 10 años en actividad.
- 27% se abrieron entre 2006 y 2015.
- 27% después de 2016.

Ubicación

- 85% están a pie de calle.
- 9% en centros comerciales.
- El resto en formatos mixtos o integrados en otras actividades.

Esta estructura confirma algo esencial: la estética sigue siendo un servicio de proximidad, fuertemente vinculado a la relación personal.

Tres disciplinas, un mismo cliente: la oferta estética se diversifica

Una de las conclusiones clave de la investigación es que las fronteras entre áreas se difuminan porque el consumidor combina distintas soluciones según su necesidad.

- **Medicina estética**

Procedimientos médicos como láser, bótox o ácido hialurónico.

- **Cosmética avanzada**

Tratamientos de media profundidad realizados por esteticistas cualificados: radiofrecuencia, cavitación, microneedling superficial.

- **Cosmética tradicional**

Cuidado superficial para mantener, hidratar y proteger la piel.

La tendencia es clara: El cliente ya no elige una disciplina; las integra. Esto exige centros más preparados, con mayor capacidad de diagnóstico y una oferta más profesionalizada.

Belleza, salud y longevidad: el bienestar empieza en la piel

Roberto Rosso introdujo uno de los datos más impactantes de la jornada:

La diferencia entre esperanza de vida y esperanza de vida saludable supera los 20 años.

Es decir: vivimos más, pero no necesariamente mejor.
En este escenario, la estética profesional tiene un papel esencial:
• Refuerza la autoestima.
• Aporta bienestar emocional.
• Mejora la percepción de vitalidad.
• Fomenta vínculos sociales, un factor clave en longevidad emocional.

En palabras de Rosso: "Los centros estéticos son hoy espacios de bienestar preventivo."

Oportunidades claras para los centros: un sector que crecerá si sabe transformarse

El estudio no solo describe la realidad: marca una ruta clara.

1) El conocimiento será el diferenciador
Quien se forma y domina el diagnóstico gana autoridad y fideliza más.

2) El consumidor busca prevención
Tratamientos para mantener y mejorar la piel a largo plazo, no solo para corregir.

3) La diferenciación será clave
Los centros con marca propia, identidad clara y propuesta sólida serán los más competitivos.

4) El salón como espacio social
Al igual que la peluquería, la estética está evolucionando hacia lugares donde el cliente quiere estar, no solo acudir.

Conclusión: no es una tendencia; es un cambio de era

La investigación presentada en STANPA y Salón Look demuestra que el futuro del sector estético no depende de modas pasajeras, sino de una transformación profunda en la forma en que las personas entienden el bienestar.

Los centros estéticos españoles tienen hoy una oportunidad única:
• Incorporar ciencia.
• Profesionalizar el diagnóstico.
• Personalizar cada experiencia.
• Humanizar aún más la relación.

Porque ya no se trata solo de embellecer.

Se trata de acompañar, cuidar y mejorar vidas.

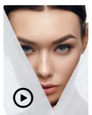
Y ese —como subrayó Roberto Rosso— es el mayor valor que puede ofrecer este sector.

Artículo cedido por: **Martín de Brito**, ActivarnosTV

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR

MARIA GALLAND PARIS CELEBRA 60 AÑOS CON UNA CITA INOLVIDABLE

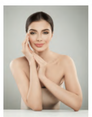
LOOKS DE NAVIDAD DE LO MÁS FASHION BY DAVID DEIBIS


TRATAMIENTOS PARA REJUVENECER Y APORTAR ARMONÍA AL ROSTRO

NIRVEL BEAUTY GROUP YA ES UNA REALIDAD

PROTOCOLO ENDERMOLOGIE® VITALIDAD· ESTRÉS· SUEÑO

LEVAN, EL NUEVO ÁCIDO HIALURÓNICO


ELASTINA: PROTEÍNA CLAVE EN UNA PIEL JOVEN

LIPOFUSCINA, PROTEÍNA IMPLICADA EN LA TONALIDAD DE LA PIEL