

## Stanpa presenta la radiografía del mercado de la peluquería y estética profesional 2016

- El 85% de las mujeres y un 65% de los hombres acuden regularmente a la peluquería.
- España cuenta con un salón de peluquería por cada 900 habitantes, reflejo del arraigo cultural que tiene la visita a estos centros y situándose por encima de la media de la Unión Europea.
- Existen 22.000 centros de estética, 15.000 cabinas de belleza en peluquerías, 3.560 centros médicos estéticos y 700 hoteles con Spa.
- El ticket medio sigue incrementándose ligeramente unido a una frecuencia de visitas que crece en peluquerías y se mantiene en los centros de estética. De la misma forma lo hace el número de empleados a tiempo completo.
- El 'Manual para el buen uso de productos profesionales de peluquería', elaborado por un grupo de trabajo del Comité Técnico de Stanpa, tiene el fin de facilitar la labor del profesional a la hora de manejar correctamente los productos de uso profesional.

**Barcelona, 22 de noviembre de 2016.** La Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa) ha presentado esta mañana en Barcelona los resultados de los estudios sobre los canales profesionales de peluquería y estética en nuestro país, realizados en colaboración con la consultora Key Stone. Ambos estudios presentados por Oscar Mateo, Responsable del área de Conocimiento y Estudios de Mercado de Stanpa, reflejan la situación actual de los **salones de peluquería y los centros de belleza**, así como su evolución desde el 2011 hasta el presente año.

Durante la presentación se ha manifestado la prometedora situación de los salones de peluquería y centros de estética de nuestro país y se ha dado a conocer el 'Manual para el Buen Uso de Productos Profesionales de Peluquería' elaborado por Stanpa.

### Estudios sobre hábitos de belleza y sobre los Canales Profesionales de Peluquería y Estética en España

- El panorama actual

El **85% de las mujeres acuden regularmente a la peluquería**, lo que se traduce en 16 millones de usuarias al año. Por su parte, visitan las peluquerías 12 millones de **hombres**, es decir, el **65%** de estos.

El género femenino destaca por tener un porcentaje muy alto de usuarias cuya frecuencia de consumo es más alta de la media (12 millones de usuarias son *heavy users*), donde 5,5 millones se someten a un tratamiento de belleza profesional cada trimestre. Además, hay que destacar que dentro del turismo anual que recibimos, se calcula que hay al menos 6,6 millones de mujeres que también son *heavy users* de este tipo de servicios de belleza.

En cuanto a la **tipología de establecimientos**, los salones de peluquería se dividen en cuatro modelos teniendo en cuenta el precio medio y el valor añadido que ofrecen. Así encontramos peluquerías clásicas, con precio medio-alto y un cuidado servicio; peluquerías *low cost*, donde destaca el autoempleo y las peluquerías étnicas; salones modernos con precios bajos y servicios variados a precios muy ajustados (aquí entra el fenómeno de las cadenas de peluquería); y centros *premium* con precios más altos y servicios de muy alto valor añadido. Cabe destacar que las visitas a los centros de peluquería cuentan con gran arraigo cultural en **España y contamos con un salón de peluquería por cada 900 habitantes, por encima de la media de la Unión Europea** (1 por cada 1.500).



Aproximadamente, del total de salones, **dos tercios de estos salones son peluquerías low cost y salones modernos.**

Por su parte, la oferta de servicios profesionales de estética cuenta con **22.000 centros de belleza que generan 3.500 millones de euros al año.** A estos deberíamos añadir las **15.000 cabinas de belleza en peluquerías.** Además, se calcula que existen en España **3.560 centros médicos estéticos y 700 hoteles con Spa** que ofrecen servicios de estética.

En cuanto al uso de las **tecnologías, los tratamientos estéticos realizados con equipos** han elevado su **crecimiento en un 15% desde el 2013, a la par que se incrementan los servicios con tratamientos de aplicación manual y productos naturales.** En cuanto a peluquerías, se observan un aumento de las tecnologías informáticas, la mayoría de ellas activas en redes sociales y con página web.

- Expectativas del negocio, empleabilidad, ticket medio y frecuencia de visitas

A nivel general, las **expectativas del negocio por parte de los profesionales respecto al año anterior en ambos casos son positivas** donde un 83% de los profesionales de la estética percibe que su negocio sigue igual o ha mejorado, mientras que en salones de peluquería el porcentaje se sitúa en un 81%, en comparación a su percepción de 2015.

En cuanto a la generación de empleo, **el número de empleados a tiempo completo se incrementa en ambos casos,** incluso los centros de estética ya acogen a más trabajadores que en 2011. Por su parte, los profesionales de la peluquería encuentran trabajo sobre todo en grandes peluquerías.

Ambos estudios reflejan una situación prometedora para los salones de peluquería y centros de belleza donde **el ticket medio se ha incrementado ligeramente en los últimos años,** lo que viene unido a **una frecuencia de visitas semanales que crece en peluquerías y se mantiene en los centros de estética estabilizándose.**

- Valoraciones de los usuarios

Las valoraciones que realiza el consumidor que acude a salones de peluquería y centros de belleza es muy similar. De ambos tipos de centro se valora por encima de todo el ambiente y la limpieza, la cualificación de los profesionales, los precios convenientes y acordes con las expectativas y la comodidad y cercanía. En el caso de peluquerías, además se valora la puntualidad y los tiempos de espera frente a la plantilla estable, importante a la hora de acudir a centros de estética.

Por el contrario, los aspectos menos considerados se centran en la publicidad y comunicación en redes sociales, la integración de ambos servicios (peluquería y estética), las marcas de los productos empleados y el horario de apertura durante los festivos. Tampoco se valora excesivamente que ofrezcan otros servicios innovadores en el caso de las peluquerías y consultoría médica, en el caso de los salones de estética.

### **Manual para el buen uso de productos de Peluquería**

Stanpa ha presentado el 'Manual para el buen uso de productos profesionales de peluquería', creado para facilitar la labor de los profesionales de los salones sobre la forma de manejar correctamente los productos según el conocimiento y la legislación existente. El manual ha sido elaborado por un grupo de trabajo creado para tal efecto dentro del Comité Técnico de Stanpa.

Así, el documento abarca descripciones de los productos y sus ingredientes principales, buenas prácticas de utilización, indicaciones en el caso de contacto o ingestión accidental, consejos de almacenamiento, estabilidad y posibles reacciones y medidas para vertidos accidentales. Todo ello según el tipo de producto utilizado por el profesional: champús, acondicionadores, mascarillas, serums, productos de coloración y decoloración, para permanentes, desrizantes y alisadores y productos para facilitar el peinado.

Puedes descargar el Manual de Peluquería en el siguiente [enlace](#).





@stanpa\_es

**CONTACTO DE PRENSA**

**WEBER SHANDWICK**

Alberto Egea / Nuria Madrid

[aegea@webershandwick.com](mailto:aegea@webershandwick.com)

[nmadrid@webershandwick.com](mailto:nmadrid@webershandwick.com)

Tel. 91 745 86 00/62 (Sandra)

**STANPA**

Clara Pi

[stanpacomunicacion@stanpa.com](mailto:stanpacomunicacion@stanpa.com)

Tel. 91 571 16 40

---

Stanpa es la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. Fundada en 1952, integra en la actualidad a más de 270 empresas que fabrican y distribuyen perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal en nuestro país.

