

La campaña “Creadores de Belleza Real” reivindica el papel de la Estética profesional frente al mundo de la belleza virtual

Madrid, 15 SEP 2022

- 15 empresas del sector de la estética profesional ponen en marcha una campaña que apuesta por la belleza real, imperfecta y diversa frente a los cánones que imperan en las redes sociales.
- Stanpa pone en valor la aportación económica y social de los centros de belleza, 22.300 negocios que dan trabajo a 86.000 personas con un impacto de más de 3.500 millones de euros.
- El sector destaca el beneficio de las rutinas del cuidado personal y el asesoramiento profesional, en un contexto de vulnerabilidad de las emociones y como forma de empoderamiento personal.

Stanpa lanza una innovadora campaña, “*Creadores de belleza real*”, un tributo al sector de la estética profesional y la importante labor que desempeña día a día creando belleza que trasciende lo estético y trabajando con las personas desde un plano emocional. Por primera vez, 15 empresas del sector de la estética profesional, **BELNATUR, BRUNO VASARI, CASMARA, CEMSA, D LUCANNI, GERMAINE DE CAPUCCINI, HEBER FARMA (GLACÉE E ISSEIMI), MARÍA GALLAND, MARÍA D’UOL, MASSADA, MONTIBELLO, NATURA BISSÉ, LEVISSIME, SELVERT THERMAL, SKEYNDOR, y STANPA** han participado en esta campaña en la que se ha confiado la dirección artística a Rosa Copado, fotógrafa y directora de arte con larga trayectoria en el mundo de la belleza y la moda.

Para alcanzar su objetivo, la campaña se materializará en una serie de contenidos audiovisuales en diferentes formatos (vídeo, fotografía, reels de Instagram) protagonizados por tres mujeres de distintas edades que ejemplifican la belleza real; es decir, aquella que tiene que ver con el componente emocional y que no necesariamente tiene por qué ajustarse a los cánones establecidos. A todo esto se suma una campaña en radio que se extenderá durante los próximos 16 días con la emisión de dos cuñas diarias en las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao y Sevilla.

De este modo, las empresas detrás de la campaña buscan la involucración de todos los centros de estética de España, lo que representa cerca de 22.300 establecimientos que generan un volumen de negocio de en torno a 3.500 millones de euros.

La estética profesional en España

El de los centros de belleza es un sector que supone más de 86.000 puestos de trabajo entre empleo directo y régimen de autónomos en España y que se caracteriza por una vocación cuya esencialidad quedó patente con la pandemia.

Esta dimensión da buena muestra de su importancia no solo a nivel económico, sino también, social. El 63% de los españoles acude a los centros de belleza y lo hacen con una frecuencia que varía entre dos y cuatro veces por año.

Un dato que pone de relieve la importancia de estos centros como proveedores de servicios esenciales que aportan valor, cubren las necesidades básicas de salud o cuidado de la piel, y repercuten en el bienestar de los ciudadanos. Este motivo, a su vez, explica que fueran de los primeros sectores en ser considerados explícitamente esenciales por el Gobierno durante la pandemia, confirmando la prueba de que no son meros establecimientos comerciales.

Se trata de un sector con gran arraigo en todas las ciudades, con presencia en la mayoría de los núcleos de población de mayor o menor tamaño y cuyo alcance queda patente a su vez en su transversalidad, así como por la variedad de los tratamientos ofertados, como limpieza de cutis, tratamiento antiarrugas, tratamiento anticelulítico, depilación, o servicios de cosmética de color profesional para eventos sociales, por mencionar algunos de los más demandados. Una industria, en definitiva, cada vez más especializada -lo que se refleja en un alto grado de profesionalización-, compuesta en su mayor parte por mujeres y en la que prima el trabajo con las manos.

Es precisamente ese factor, el del profesional que trabaja con sus manos, parte imprescindible de la raíz de la campaña. *"Visitar un centro de estética tiene un poder enorme. Porque la belleza real también guarda relación con esa labor de empoderamiento personal y refuerzo de la autoestima que forma parte del trabajo de los profesionales de los centros de estética"*, apunta Val Díez, directora general de Stanpa. Por eso, con esta iniciativa, el sector quiere reivindicar la importancia de cuidarse como un propósito del día a día y el valor añadido que aporta el asesoramiento de los profesionales como medio para conseguir resultados reales.

La importancia de reivindicar una belleza "real"

La campaña aborda la importancia de la seguridad, la diversidad y la identidad como única forma de belleza real y posible en una sociedad cada vez más influida por las redes sociales, en la que los cánones establecidos son en muchas ocasiones inalcanzables, fruto del retoque digital y los filtros. Estos métodos distorsionan la percepción que las personas tienen de sí mismas y de los demás pudiendo llegar a generar problemas de autoestima graves.

En la conceptualización de esta campaña se ha querido poner en valor la piel y las manos como símbolos de un sector que trabaja con premisas como la cercanía y confianza para conseguir el mejor resultado. Las manos del profesional, como herramienta de trabajo imprescindible, aluden a su papel de "artesano" creando belleza y sacando la mejor versión de cada persona; y la piel de aquellos que acuden a los centros de estética toma protagonismo como el soporte en el que se ve el resultado, la belleza, gracias a la conexión que genera "ponerse en manos" de un profesional. Como conclusión, con esta campaña se reivindica la belleza real como aquella que se ve y, sobre todo, se siente, apelando a la necesidad de trabajar desde el plano emocional y de la salud.

"Cuando acudes a un centro de belleza, vas a cuidar de ti mismo y la sensación de bienestar es auténtica. Los tratamientos de belleza, sin estereotipos, tienen el poder de potenciar la seguridad, la autoestima y contribuyen a reforzar la identidad", apunta Verónica Fisas, presidenta de Stanpa, quien ve en esta campaña una forma de *"apostar por una sociedad sana, libre y bella gracias a una forma de entender y trabajar la belleza no estandarizada que respeta a las personas y su singularidad"*.

Creadoresdebellezareal.com

#CreadoresdeBellezaReal

La belleza que se ve, la belleza que se siente

La belleza que se ve, la belleza que se siente

En una sociedad cada vez más influida por cánones de belleza irreales, en muchos casos inalcanzables, apostamos y creemos en una sociedad formada por personas bellas, diversas y con identidad propia.

Sabemos que, para muchas de esas personas, somos esenciales. Pero aún hay mucho por hacer, mucha piel que mostrar, mucha belleza que debe ver la luz y todo ello hacerlo sin filtros.

Nuestra máxima es ponerle alma a cada día y ser capaces de transmitir nuestra profesionalidad, porque amamos lo que hacemos, y el resultado que consigue en las personas.

Porque creemos que la belleza no es única ni perfecta.
Porque creemos que la belleza es cuestión de emoción, y cambia en cada etapa de la vida.
Porque creemos que sentirse bien y seguro de uno mismo es la auténtica belleza, la real.
Para las esteticistas, nuestra vocación y nuestras manos son las herramientas para mostrar lo mejor de cada uno.
Deja que tu belleza se vea y se sienta.

Somos #CreadoresDeBellezaReal

Para más información de prensa:

STANPA

Clara Pi | clara.pi@stanpa.com
Nuria Cuenca Octavio | nuria.cuenca@stanpa.com
stanpacomunicacion@stanpa.com
Tel. 91 571 16 40

KREAB

Sara González | sgonzalez@kreab.com
Pablo Ibáñez | pibanez@kreab.com
Claudia Vázquez | cvazquez@kreab.com
Tel. 91 702 71 70



Stanpa es la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. Fundada en 1952, integra en la actualidad a más de 400 entidades que fabrican y distribuyen perfumes, cosméticos y productos de higiene y cuidado personal en nuestro país.