

Barcelona Activa.  
Capital humà



**INFORME DE SECTOR**  
**ESTÈTICA I**  
**IMATGE PERSONAL**



La professionalització i la concepció global del benestar marquen la pauta

## Les 10 claus per a conèixer el sector de l'Estètica i la Imatge personal

### 1. Descripció:

#### Un sector que guanya prestigi

El sector de l'estètica i la imatge personal abasta tots els serveis relacionats amb la millora o modificació de l'aspecte físic, amb la conseqüent incidència sobre la salut del cos i de la ment, així com de les habilitats socials i d'expressió.

El consumidor d'aquest sector ha marcat unes noves condicions de mercat caracteritzades per ser cada vegada més exigents; el client demanda elevats graus de qualitat i responsabilitat donat que els tractaments i procediments involucren la salut. Aquest fet, està comportant la professionalització del sector.

### 2. Àmbits d'activitat

#### Ampli ventall de sortides professionals

A més de centres de estètica i perruqueries, existeix un ampli ventall de llocs de treball en altres tipologies d'empreses on els professionals formats en l'àmbit de l'estètica i la imatge personal poden desenvolupar la seva professió. Entre d'altres, balnearis, clíniques de medicina estètica, centres de massatge, departaments de bellesa d'empreses dedicades al tractament de la imatge personal integral, hospitals, centres geriàtrics, empreses de serveis funeraris, així com empreses relacionades amb el món audiovisual, publicitari i de les relacions públiques.

### 3. Variable que marca l'evolució del sector fins a situar-lo en l'actualitat

#### Del cos 10 al cos sa

Els hàbits i interessos del consumidor, un consumidor que ha prioritzat en els últims anys la cura per la seva aparença, l'anomenat culte al cos, van disparar l'oferta de centres de manteniment físic coincidint amb l'arribada des dels Estats Units de la dansa aeròbica als anys 80. Des de llavors, el sector de l'estètica no ha deixat de créixer, diversificar la seva oferta i guanyar prestigi, en definitiva, de professionalitzar-se. Avui el concepte de "culte al cos" ha evolucionat i el consumidor canalitza aquest interès cap a la cura per la salut i el benestar integral. En definitiva, pel consum d'experiències.

### 4. Dada pes en l'economia

#### Sector poc afectat per la crisi econòmica

El volum de negoci total d'establiments de perruqueria i estètica ha estat registrant una tendència de creixement sostingut en tot l'Estat, amb una taxa de creixement mig anual, entre 2002 y 2007, del 10%. La facturació al 2007 fou de 3.600 milions d'euros, un 6% més que l'any anterior. Es preveu que aquest sector sigui dels menys afectats per la desfavorable conjuntura econòmica actual.

### 5. Dada a nivell d'ocupació

#### Els últims convenis col·lectius assoleixen importants increments salarials

El sector dona feina a més de 201.800 persones segons les dades del tercer trimestre de 2008 d l'INE (Enquesta de Població Activa). Els nous convenis col·lectius, atès la progressiva professionalització del sector estan aconseguint notables millores per als treballadors: el nou conveni col·lectiu de perruqueries, instituts de bellesa i gimnasos estableix un increment salarial per al sector, al voltant del 18%.

## **6. Perfil formatiu dels professionals demandats**

### **El món laboral requereix professionals polivalents**

Les necessitats del món laboral, en matèria de costos, exigeixen d'aquests professionals una capacitat per assolir tasques variades per la qual cosa una formació diversificada i continuada és imprescindible. I si la formació és bàsica, no ho són menys les aptituds personals i habilitats socials, com la capacitat d'empatia i d'interpretació de les necessitats del client/a, tracte amable, vocació de servei, interès per l'actualitat tant del sector com en general, etc.

## **7. Ocupacions més demandades**

### **Especialistes en cos i ment**

L'àmbit del manteniment físic constitueix un dels que ofereixen més possibilitats d'ocupació; la necessitat de professionals multidisciplinars i polivalents és una realitat. El consumidor demanda innovació en el tipus d'oferta, una oferta que li aporti beneficis a nivell estètic, sobre la salut i sobre el seu benestar psicològic. En aquest sentit, també el termalisme constitueix un subsector en emergència donat l'adveniment de la cultura del 'wellness' i una oferta de tractaments cada cop més assequibles. La perruqueria, encara que és un sector madur, constitueix un altre dels àmbits on es genera més demanda de professionals.

## **8. Projecció de futur -variable que marqui l'evolució futura del sector-**

### **Imatge personal: arriba la nova generació**

Superat el concepte tradicional de millora de la imatge física de la persona, els nous professionals que s'incorporen al món de l'estètica i la imatge personal s'endinsen dins el camp de la salut i el benestar psicològic, en la línia de les noves expectatives de la societat del segle XXI. A més, tant professionals com consumidors descarten la situació de precarietat i escassa professionalitat d'anys enrere on els tractaments d'estètica es realitzaven dins una habitació d'un pis particular.

## **9. Debilitats / Amenaces**

### **La legislació y les exigències del consumidor acorralen l'intrusisme**

L'intrusisme ha estat, tradicionalment, una característica d'aquest sector, la qual cosa ha deteriorat la imatge d'aquesta professió, desprestigiant-la, es per això que els representants del sector s'han manifestat reiteradament en la necessitat de augmentar la regulació de la professió. En aquest sentit, la legislació és cada dia més exigent, sobre tot pel que fa a tractaments que impliquin un risc per a la salut. Això, unit a les noves exigències del consumidor, està propiciant un crivell com el que ha vingut donant-se en d'altres sectors, i que afavorirà la demanda de professionals formats en l'àmbit de la imatge personal.

## **10. Potencialitats / Oportunitats**

### **Els canvis socials i els nous valors dels ciutadans dinamitzen el sector**

L'horitzontalització de la societat, la cultura de l'oci, interès per la salut i pel gaudiment dels sentits i l'harmonia i equilibri emocional que contraresti l'estrès diari, noves configuracions poblacionals, nous públics objectius o factors demogràfics o l'adveniment de noves tecnologies són només alguns dels elements que mostren el gran potencial del sector de la estètica i la imatge personal.

## Presentació del sector de l'Estètica i la Imatge personal

El sector de l'estètica i la imatge personal abasta tots els serveis relacionats amb la millora o modificació de l'aspecte físic, amb la conseqüent incidència sobre la salut del cos i de la ment, així com de les habilitats socials i d'expressió.

Les tendències de consum, que durant els últims anys han fet un fort gir cap als serveis relacionats amb la salut i la bellesa, han fomentat de manera important el creixement del sector estètic i la indústria estètica, i són una mostra clara de com el consumidor actual es preocupa per la seva aparença física i dona una major importància a la cura personal. Un exemple d'aquest interès és la dada del mercat de productes cosmètics: segons l'Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, el mercat espanyol de productes cosmètics es el cinquè en importància, per volum, dins la Unió Europea. Al 2007, els espanyols van destinar 7.872 milions d'euros al consum d'articles del mercat de la cosmètica, segons dades facilitades per STANPA, Asociación Española de Perfumería, Cosmética y Afines.

Pel que fa al sector de l'estètica, el creixement del mercat espanyol és constant; l'any passat el número total d'establiments de perruqueries i centres d'estètica va créixer un 3,5 per cent en relació a l'any anterior.

Cal tenir en compte que, a més d'aquest tipus d'empresa -perruqueries i centres d'estètica-, existeix un ampli ventall de llocs de treball en d'altres tipologies d'empreses on els professionals formats en l'àmbit de l'estètica i la imatge personal poden desenvolupar la seva professió. Entre d'altres, balnearis, clíniques de medicina estètica, centres de massatge, departaments de bellesa d'empreses dedicades al tractament de la imatge personal integral, hospitals, centres geriàtrics, empreses de serveis funeraris, així com empreses relacionades amb el món audiovisual, publicitari i de les relacions públiques, a més de empreses de qualsevol sector que requereixin serveis d'assessoria de imatge, com els departaments de selecció de personal, comercial, màrqueting, etc.

El consumidor d'aquest sector ha marcat unes noves condicions de mercat caracteritzades per ser cada vegada més exigents; el client demanda elevats graus de qualitat i responsabilitat donat que els tractaments i procediments involucren la salut. Aquest fet, està comportant la professionalització del sector.

## Principals àmbits d'activitat de l'Estètica i la Imatge personal

### Estètica

Les principals activitats englobades dins el sector de l'estètica fan referència als procediments de neteja facial, massatges facials i corporals, depilacions, drenatge limfàtic manual i tots aquells procediments facials o corporals que no requereixin de la formulació de medicaments, intervenció quirúrgica o qualsevol acte reservat als professionals mèdics.

Pel que fa a l'estructura del mercat, destaca el desenvolupament de les cadenes, la major part de les quals recorren, de manera creixent, per a la seva expansió a l'obertura d'establiments franquiciats. Per comunitats autònomes, Madrid és la que acumula més establiments d'aquest sector. Altres comunitats que compten amb nombrosos establiments d'aquest segment són la Comunitat Valenciana, Catalunya y Andalusia.

En matèria de despesa en serveis d'estètica, un estudi recent elaborat per Cosmabelleza informa que els espanyols gastem una mitja anual de 397 euros, un 70% més que fa cinc anys; el ticket mitjà va augmentar al 2007 fins als 50 euros, un 33,5% més que l'any anterior. Els tractaments amb més èxit l'any 2007 han estat els facials (52%), la manicura/pedicura (36%), els massatges (31%) i els raigs UVA (21%).

### Perruqueria

El món de la perruqueria ha renovat el seu concepte en els últims anys. Els usuaris demanen assessors en perruqueria capaços d'interpretar el seu estil de vida i d'ajudar-los a projectar la imatge social que desitgen oferir. El perruquer és concebut com a dissenyador d'imatge i la seva tasca abasta les vessants tant tècnica com d'imaginació.

Es tracta d'un àmbit molt ampli, on podem trobar professionals especialitzats en serveis tan específics com ara el color, el cabell artificial -disseny i creació de perruques, postisseria, extensions- pentinats i recollits, perruqueria masculina, tractaments capil·lars, tester de productes, etc.

El repte, doncs, dels professionals de nova generació, per ser competitius en el món laboral, és trobar l'equilibri entre l'especialització i la polivalència.

Pel que fa a l'evolució dels serveis, val a dir que els serveis d'afaitar han anat a menys per diferents motius: temes d'higiene i contagi de malalties que han fet que el cost es dispari al utilitzar eines d'un sol us; a més, cal afegir la percepció de risc per part del client. D'altre banda hi ha hagut un canvi d'hàbits, tant en la falta de temps per anar-hi com en el fet que anar a la barberia ha deixat de ser un fet social. La col·locació de pròtesis capil·lars també es un servei a la baixa en perruqueries, ja que el professional deriva al client a llocs especialitzats. Així mateix, el públic ha canviat: desapareixen els postissos per a homes i es mantenen, però, les perruques per a dones, bàsicament per caiguda de cabell deguda a malalties com el càncer. Un altre camp en el qual s'ha detectat una evolució es en l'aplicació de tècniques de manicura i pedicura, les quals durant uns anys han anat perdut pes i això ha fet que hi hagin molts estilistes que no en saben, però que amb l'entrada d'immigrants llatinoamericans es torna a potenciar lleugerament.

### **Maquillatge**

És l'aplicació de productes cosmètics amb pigments per modificar l'aparença temporalment. El maquillatge social és el més comú i la seva finalitat és ressaltar les parts positives del rostre i dissimular les negatives. Donat el fet que avui dia la imatge aporta uns valors cada vegada més reconeguts socialment, el consumidor, especialment la dona, busca el professional del maquillatge amb l'objectiu d'aconseguir una combinació harmònica i creativa dels tons cromàtics que afavoreixi el seu rostre. A més els tons i la manera d'aplicar-los serà diferent si la vetllada es de dia, tarda o nit, si es vol per un acte laboral, per un casament, un còctel o una festa, per posar alguns exemples. La perruqueria sol ser l'establiment on les clientes concerten les seves sessions de maquillatge. Però el professional pot també treballar a centres d'estètica, boutiques, amb un modista, passarel·la, etc.

Dins el món del maquillatge, el subsector amb una sortida laboral de gran prestigi i possibilitats de realització professional és el maquillatge per a les arts escèniques i audiovisuals, també anomenat maquillatge de plató, i que cobreixen tasques de maquillatge per programes de televisió, cinema, spots publicitaris, obres de teatre, sessions fotogràfiques, etc. Es tracta d'un àmbit amb un ampli ventall de possibilitats i una professió cada cop amb més prestigi. A més de les esmentades, hi ha el món dels efectes especials, recordem que els catalans David Martí i Montse Ribé van obtenir l'Oscar al millor maquillatge a la pel·lícula El laberinto del Fauno. També els tanatoris necessiten especialistes en el maquillatge del difunts.

Al món laboral, a la gran majoria dels casos, es requereix del professional capacitat per abastar altres feines, com ara perruqueria, manicura, etc.

### **Art corporal**

Aquest subsector fa referència al conjunt de tècniques destinades a decorar la pell, bé mitjançant pigments o anellant-la practicant un petit forat. En el cas de la micropigmentació es tracta d'acolorir zones del rostre o del cos humà aplicant pigments sota l'epidermis a manera de maquillatge permanent; es tracta d'una activitat molt demandada doncs el tatuatge ha deixat de ser un símbol de revellia per convertir-se en un element estètic i decoratiu de moda. L'àmbit del tatuatge es concreta en gravar imatges, símbols o caràcters a la pell humana, mitjançant l'aplicació de pigments sota l'epidermis a 1,5 mm de profunditat. Dins el mateix concepte d'art corporal, trobem també la tècnica d'anellar la pell, el piercing, i que consisteix en realitzar perforacions en qualsevol part del cos, amb l'objectiu de col·locar un objecte de metall o altres materials, amb una finalitat normalment decorativa.

La micropigmentació no és un servei nou; es tracta d'una tècnica que s'ha vingut realitzant des de fa molts anys als centres d'estètica i perruqueries grans. Mentre que als inicis d'aquesta activitat a Espanya es limitaven a emplenar amb pigments cel·les alopeciques, el perfil o l'interior dels llavis, o les línies decoratives de les parpelles, avui dia també es micropigmenten cicatrius, taques a la pell, o les arèoles mamàries després d'una mastectomia, o omplen algunes zones per la densificació

capil·lar. Aquestes tècniques de maquillatge permanent també suposen un ajut per a persones amb dificultats visuals que no es poden maquillar.

Es tracta d'un camp en el qual els professionals han d'estar en permanent contacte amb les tendències de moda i ben informats sobre les novetats tant en matèria de pigments com de tècniques d'aplicació, per incorporar-les a la seva tasca diària. Recentment, s'ha presentat al mercat nord-americà una nova tinta que permetrà eliminar els gravats sense dolor, sense cicatrius i en una sola sessió, mitjançant un làser senzill que envia la tinta des de l'epidermis cap a dins del cos, on pot ser reabsorbida de manera segura. I és que existeix tot un negoci, el de treure tatuatges, que fins ara anava a parar al món de la cirurgia estètica, i que ara pot moure's cap als centres de tatuatge i piercing.

#### **Assessoria d'imatge**

Aquesta disciplina fa referència al conjunt de tècniques d'embelliment personal, com l'estilisme en el vestir, la moda en el pentinat, el maquillatge i les seves aplicacions puntuals, així com la cura corporal integral, des de les intervencions externes i les microcirurgies fins als tractaments mèdics més especialitzats. Abasta, a més, el coneixement del protocol i usos socials, i l'adequació de la conducta personal en relació a l'expressió verbal i corporal. En aquest últim vessant podem dir que l'assessoria d'imatge es fusiona amb el món del màrqueting, essent el pes d'aquesta professió cada dia més important a la nostra societat. Davant la gran quantitat de productes i marques que ofereix el mercat, les empreses necessiten diferenciar-se, fer-se veure i establir un vincle amb el consumidor per que aquest compri el seu producte o servei, per això vol projectar una imatge pública determinada que ha de ser coherent en tots els seus detalls: imatge dels seus directius, protagonistes dels seus espots, comunicació gràfica, espots publicitaris o presència a Internet.

L'assessor d'imatge té molt recorregut en l'àmbit empresarial, tant als departaments de màrqueting com als de recursos humans. Cal, a més, afegir una nova especialitat nascuda a l'emparedament dels assessors d'imatge, els "coolhunters" o caçadors de tendències, molt demandats per indústries vinculades amb el món del disseny, la moda, la tecnologia i la gastronomia. Els seus informes han esdevingut una eina vital per a aquelles empreses que volen situar-se sempre un pas per endavant de la seva competència.

#### **Manteniment físic**

En els darrers anys, la població ha adquirit nous hàbits esportius que es relacionen directament amb la qualitat de vida i el benestar personal. Això ha incrementat l'oferta pública i privada d'instal·lacions i serveis, fent que cada cop es necessitin més professionals al sector. Aquest augment de la demanda fa d'aquesta professió una ocupació emergent.

Pel que fa a la percepció social de la professió, val a dir que aquesta tendeix a tenir cada cop més prestigi, doncs l'instructor, a través de l'activitat física, incideix directament en la salut dels alumnes o clients. Els punts claus del panorama del sector per als pròxims anys són: una progressiva professionalització, la vinculació del manteniment físic al sector de la salut i una concepció global del benestar que abasta el cos i la ment, el nivell físic i el psicològic.

Segons la revista Consumer, l'assoliment d'un bon estat físic, la millora en salut i imatge, i fugir de l'estrès són els principals motius citats per les persones que acudeixen regularment a algun centre esportiu. L'interès es centra en esports que a més d'un bon estat físic aportin a l'usuari diversió i relaxació durant el seu temps d'oci. D'aquí la constant aparició de noves modalitats, la qual cosa manté el sector en continua evolució; del tradicional aeròbic i estep hem passat a tenir a l'abast un ampli repertori de possibilitats: fit ball, body combat, aquafitness, aquaspinning, body pump, spinning, aerobox o thai boeing, i dins de la vessant cos i ment, Pilates, tai-txi o body balance.

#### **Termalisme-SPA**

Al llarg del segle XX, la progressiva igualtat social assolida i l'adveniment de la societat del benestar han donat com a fruit la popularització del wellness, un conjunt de recursos que ens ajuden a sentir-nos millor amb nosaltres mateixos, tant a nivell físic i estètic com psicològic. L'oferta, a preus assequibles i fàcilment integrable a la vida quotidiana, es molt àmplia i dins d'ella destaquen els spas urbans, bé independents, bé situats en bons hotels; els massatges més diversos; les teràpies de relaxació, etc.

Els circuits d'aigua es complementen amb tractaments, principalment d'aromateràpia, però contínuament apareixen de nous. Els tractaments amb xocolata són els més demandats. Els banys

d'or o la vinoteràpia es troben en fase encara incipient. Els centres, partint de la base dels tractaments estàndards, solen dissenyar les seves pròpies propostes.

Es tracta d'un perfil en expansió, doncs molts àmbits d'activitat es diversifiquen cap a les teràpies alternatives incloses dins la branca d'hidrotermalisme, com els gimnasos, hotels i fins i tot perruqueries. S'ha de diferenciar entre diversos conceptes: el balneari o lloc dedicat al repòs i la curació a través de l'ús de les aigües, principalment termals i minerals, amb un edifici per a l'hostelatge; el balneari urbà, que no disposa d'allotjament, però que, segons l'Asociación Española de Balnearios Urbanos a les seves instal·lacions ha de tenir piscina d'hidroteràpia, zona de sudoració i zona de contrastos; y les sales de SPA, que permeten gaudir de tractaments hidrotermals ens espais reduïts.

## Tendències del sector de l'estètica i la imatge personal

### Concepció global del benestar: cos i ment

El Wellness és un concepte recent que vol dir benestar. La cultura del benestar connecta directament amb els gustos i costums de la societat moderna. Té el seu origen al Fitness, un concepte que cerca l'obtenció d'una bona forma física. El Wellness té com objectiu l'assoliment del benestar tant físic com mental. L'hidrotermalisme, amb les diverses teràpies que ofereixen els balnearis urbans que han proliferat en els últims anys, com ara l'aromateràpia, la xocolateràpia o la vinoteràpia, i el bronzejat artificial, amb el seu efecte benèfic sobre l'estat emocional, constitueixen els subsectors més beneficiats de les noves sensibilitats. No en va, el mot "estètica" prové de paraula grega "aisthesis", que significa sensació. I la cultura del wellness és, precisament, el gaudiment de les experiències sensorials. El manteniment físic és un altre dels subsectors impregnats d'aquest nou valor, i un dels punts claus de l'àmbit de la imatge personal per als pròxims anys serà la vinculació del manteniment físic al sector de la salut, així com una concepció global del benestar que abasta el cos i la ment, el nivell físic i el psicològic. És per això que veurem proliferar activitats i disciplines que agrupen aquests dos conceptes, com ara el ioga, el Pilates, el tai-txi o el body balance.

### Connexió amb el món sanitari

El sector de l'estètica i la imatge personal entra en relació, cada vegada més, amb el món sanitari. Com a exemple, trobem les solucions que des del sector de l'estètica s'ofereixen als canvis estètics i psicològics que es produeixen després de l'aplicació de tractaments contra el càncer. Avui, el consumidor, amb consciència de viure dins una societat de possibilitats infinites en productes i serveis, exigeix resposta a necessitats diverses, i els pacients oncològics no són una excepció. L'I+D+i ha estat dirigida tan a la fabricació de nous teixits per a les perruques, com a la cosmètica especialitzada, així com al camp de la imatge virtual, àmbits tots ells, on els professionals poden trobar noves vies d'especialització i sortida professional.

El subsector de l'art corporal és un altre dels àmbits on estètica i món sanitari entren en contacte. A diferència d'anys enrere, la legislació exigeix una titulació higiènic-sanitària per obrir un local. És el cas també dels centres amb cabines de raigs UVA. Estrès i ansietat són altres del àmbits on el sector que tractem té molt a aportar. Els trastorns d'ansietat han augmentat en els últims anys i sembla que la tendència és que ho segueixin fent. Estudis recents senyalen que entre un 15-20 per cent de la població patirà algun trastorn d'ansietat, en algun moment de la seva vida.

### L'esport com incentiu al món empresarial

La tendència de les empreses a invertir en RSC (Responsabilitat Social Corporativa) en la vessant adreçada a oferir nous incentius als seus treballadors (que van des de guarderies a les instal·lacions de la empresa, fins a unes hores a la setmana de teletreball, entre d'altres avantatges), fa preveure la proliferació de projectes esportius (algunes companyies, fins i tot, obren gimnasos propis) per a la realització dels quals serà necessari la incorporació d'un professional especialitzat en manteniment físic. És el cas de Nike, Bayer o Caja de Ahorros Inmaculada, que s'han dotat de gimnasos i promouen l'esport entre els seus empleats.

Metges, psicòlegs i empresaris fomenten l'exercici físic en benefici del rendiment laboral. Un informe de l'OMS del 2005 xifrava l'augment de la productivitat per empleat a causa de la pràctica esportiva, en 600 euros.

**“El termalisme constitueix un subsector en emergència donat l'adveniment de la cultura del 'wellness' i una oferta de tractaments cada cop més assequibles”**



Així, l'esport esdevé un valor afegit, un actiu per a l'empresa, doncs la pràctica d'exercici físic proporciona fórmules per superar l'estrès psicològic i, a més d'incrementar el rendiment, disminueix les baixes laborals. Vet aquí un ampli camp, encara per explotar, per als professionals de la pràctica esportiva.

#### **Sector poc afectat per la crisi econòmica**

El sector de l'estètica i la imatge personal és un dels menys afectats per la crisi econòmica generalitzada. Sociòlegs i psicòlegs afirmen que en temps de recessió econòmica, el ciutadà recorre als productes i serveis d'estètica per compensar l'estrès, les preocupacions i la renúncia a d'altres bens de consum de major preu. Al sector es parla fins i tot de "l'índex del pintallavis" o lipstick indicator, teoria que atribueix el significatiu l'augment de vendes de pintallavis, concretament vermells, en moments de crisi, a una manera de compensar les obligades renúncies. En aquest mateix sentit, cal fer esment d'un altra activitat econòmica també afavorida per la crisi, per la necessitat de sentir-se bé en moments de dificultats: la dels gimnasos. Segons ha informat la cadena de gimnasos Dir, el passat setembre es van incrementar el número d'inscripcions un 10%.

Pel que fa a l'àmbit de la perruqueria, aquest té al seu favor que es tracta d'un dels serveis percebuts com a més necessaris dins el sector de l'estètica. En aquest sentit, i segons un estudi dut a terme per Cosmobbelleza, els serveis de perruqueria professional han estat requerits per pràcticament la totalitat de la població (99%), i la freqüència d'assistència a centres s'ha mantingut estable. Segons la mateixa font, el 46% pels espanyols hi van un cop al mes i un 8% de les dones ho fa setmanalment.

Tot i així, els centres d'estètica i perruqueria acusen la pèrdua de poder adquisitiu. En el cas de les perruqueries, no es perden clients, però aquests demanen menys serveis o espaien les seves visites.

#### **Els sèniors: un target en augment**

L'augment de l'esperança de vida unit a l'interès per retardar els signes de l'envelliment constitueixen dos factors que s'alien per fer d'aquest un sector emergent. L'envelliment de la població està contribuint de manera contundent a la proliferació de centres esportius i la tendència s'accentuarà en el futur (mentre l'any 2000 hi havia al món 600 milions de majors de 65 anys, al 2050 s'arribarà als 2.000 milions).

En aquest sentit, val a dir que els metges recomanen cada cop més la pràctica esportiva i, específicament, d'activitats cos-ment, de menys impacte, que milloren patologies habituals en aquesta etapa de la vida, com per exemple les relacionades amb els ossos o les articulacions. Els metges de capçalera també adrecen cap aquest tipus d'activitat al creixen número de gent gran amb depressió, un significatiu percentatge de les quals es desencadenen amb motiu de la jubilació.

Un altre àmbit on la gent gran es convertirà en nou target del sector es la balneoteràpia, tant en la modalitat urbana com dels balnearis tradicionals d'aigües termals. En aquest sentit, cal tenir en compte que la seguretat social inclou estances a balnearis per a pacients de la tercera edat en determinats casos. Aquest conjunt de circumstàncies plantejarà que, a curt termini, es necessitin professionals amb coneixements específics en aquesta àrea.

### **Professionalització i polivalència**

L'àmbit del manteniment físic constitueix un dels que ofereixen més possibilitats d'ocupació; la necessitat de professionals multidisciplinars i polivalents, és una realitat. El consumidor demanda innovació en el tipus d'oferta, y busca en l'instructor un entrenador personal. Aquesta polivalència també es detecta en altres dels subsectors on creix la demanda de professionals: la perruqueria i el maquillatge, on es requereix molta i variada formació i/o experiència.

Una altre activitat que ha incrementat el seu nivell de professionalització és la del bronzejat. Aquest sector no ha deixat de créixer des l'any 2004; el mercat ha crescut un 7% en valor. Es tracta d'un sector que ha experimentat una professionalització. La introducció de normativa ha canviat la tipologia del centres i ha propiciat una "selecció natural", fent desaparèixer els centres menys professionals.

### **Societat canviant**

La societat canvia i els nous hàbits, interessos i valors de la societat actual han col·locat el món de la imatge personal i el benestar al capdamunt de les nostres prioritats. Així, la moda es converteix en quelcom present a les nostres vides en cada detall del nostre aspecte, també de la nostra llar, i fins i tot de la nostra manera de comportar-nos. Els caçadors de tendències cerquen els nous valors, actituds i interessos de la societat d'avui per encertar abans que ningú el que ha de ser tendència demà, i per als especialistes en estètica i imatge personal amb formació complementària en el món de la cultura i en camps com la sociologia i la psicologia s'obre tot un món d'oportunitats.

L'horitzontalització de la societat també ha contribuït a la popularització de la cura pel cos, a que fer-se un massatge, lluir extensions o prendre unes sessions de raigs UVA no sigui un luxe si no que formi part de la cura personal.

Benestar, oci o turisme són conceptes que també s'han fusionat, donant lloc al que s'anomena turisme saludable, bé amb estances en balnearis o en programes turístics que inclogui la pràctica esportiva; en aquest últim cas, es genera la necessitat del perfil professional de monitor d'outdoor.

Entre d'altres canvis socials que generaran noves necessitats que els professionals del sector de l'estètica i la imatge personal hauran de donar resposta seran, entre d'altres, les costums i gustos importats pels nousvinguts de diferents cultures; la incorporació de nous trams d'edat com a usuaris dels serveis estètics com la gent gran o el públic jove; la presència cada cop més visible i oberta del col·lectiu gai; la flexibilització horària per qüestions de conciliació laboral i familiar, i pels canvis en aquesta direcció adinguts per les noves eines tecnològiques de comunicació, etc.

## El sector de l'estètica en xifres

### Dades de caràcter econòmic:

#### **Creixement constant del número d'establiments**

El número d'empreses dedicades a la prestació de serveis de perruqueria i estètica a Espanya han mantingut una tendència de creixement constant durant els últims anys, produint-se un increment de més de 16.000 empreses entre els anys 2001 i 2007, any, aquest últim, en que es va assolir la xifra de 82.000 companyies. El número total de locals ha augmentat fins a situar-se al voltant dels 90.000 establiments. D'aquests, 79.500 són perruqueries i 10.500 centres d'estètica.

A aquestes dades s'han d'afegir les empreses englobades a l'epígraf "activitats de manteniment físic" corporal que, segons dades de l'INE, ascendeixen a 815 companyies, i estan formades, bàsicament, per activitats termals i balnearis.

**Perruqueria, el negoci més estès del sector**  
Actualment, existeixen a tota Espanya 79.500 empreses de perruqueria, sent aquest el tipus de negoci més estès del sector. Aquesta xifra significa una variació en relació a l'any 2006, del 3,5%. El segment de perruqueries va facturar el 2007 uns 3.150 milions d'euros, al voltant d'un 5% més que a l'exercici anterior. En l'àmbit de la perruqueria, la quota de mercat conjunta de les primeres cinc empreses es situà al 2007, al voltant del 5,5%, mentre que la participació dels cinc primers operadors de centres d'estètica arribà al 22%.

**La facturació s'incrementà un 6% el 2007**  
El volum de negoci total ha vingut enregistrant una tendència de creixement al llarg dels últims anys. El sector de l'estètica i la perruqueria va facturar al 2007 3.600 milions d'euros, un 5,9% més que al 2006. Les perruqueries van facturar 3.150 milions d'euros, el que representa al voltant d'un 5% més que l'exercici anterior. Pel que fa als centres d'estètica, aquests van registrar durant aquest període un creixement de la seva facturació del 12,5%, arribant als 450 milions d'euros, enfront als 400 milions de l'exercici anterior.

**El consumidor va gastar un 14% més al 2007**  
El tiquet mitjà de perruqueria s'incrementà fins als 32 euros al 2007, el que suposa un 14,2% més que l'any precedent. Les dones gasten cinc euros més, arribant a pagar una mitjana de 41 euros per sessió, mentre que als homes els hi costa 14 euros, 2 més que al

### Dades a nivell d'ocupació:

#### **Nombre de persones ocupades.**

Les dades d'ocupació al tercer trimestre de 2008 eren de 201.800 persones, dins el codi 960, corresponent a "activitats de serveis personals", segons l'enquesta de població activa de l'Institut Nacional d'Estadística.

#### **Milloren les condicions laborals.**

Les diferents branques de l'estètica, a mida que el sector es professionalitza, han obtingut millors condicions laborals. En aquest sentit, el proppassat mes de juliol es va signar el nou conveni col·lectiu de perruqueries, instituts de bellesa i gimnasos. El conveni tindrà una vigència de tres anys, fins el 2010, i ha servit per desenvolupar una configuració diferent dels grups professionals. A més, el document estableix un important increment salarial per al sector (al voltant del 18%), especialment en el cas del grup 3, corresponent als oficials de perruqueria i estètica, on la pujada salarial és del 20% respecte a l'anterior conveni.

2006. En total, els espanyols gastem uns 343 euros de mitja anual en la cura del nostre cabell, i les expectatives per 2008 -un cop les empreses tanquin els seus balanços, entrat l'any 2009- son encara més optimistes.

**Termalisme, àmbit al alça.**

Les dades corroboren que l'àmbit de la bellesa integral, sigui balneari, spa o centre termal és un dels que més està creixent: un 27% de la població va anar a un centre durant 2007, mentre que l'any anterior aquest percentatge va ser del 19%; els qui hi van, ho fan quatre cops l'any i la despesa mitjana s'ha incrementat un 21%, fins als 162 euros.

## Perfils professionals

El sector de l'estètica i la imatge personal compta amb àmplies perspectives d'ocupació per aquells professionals ben formats. És, a més, imprescindible una formació continuada per les especials característiques d'aquest sector, marcat per la transversalitat i per una concepció pluridisciplinària. Al món laboral es requereix que el professional es mantingui al dia de les modes i tendències en tots els àmbits, des de la indumentària fins a les preferències d'oci dels joves, passant per la formació en noves tècniques i productes de la seva especialitat. És imprescindible per donar un servei de qualitat, satisfer les expectatives del client i aportar valor a la empresa on treballi, en particular, i al sector, en general. El camp que ens ocupa és molt ampli; tot és imatge al nostre món globalitzat en el qual tot està, d'alguna manera, interrelacionat, i aquesta perspectiva dona molt de joc al professional per aconseguir, a través de la formació continuada la seva pròpia singularitat.

La creativitat, la capacitat d'innovació, i una atenta mirada a l'evolució del mercat (novetats en tècniques, maquinària, productes, tendències, etc.) son qualitats valorades per les empreses del sector, així com les habilitats socials i empàtiques del treballador, que ha de tractar molt estretament amb el client i, per tant, ha de tenir capacitat per a generar confiança en aquelles persones que han de posar a les seves mans el seu cos i, d'alguna manera, també el seu estat d'ànim.

## Perfils professionals de major qualificació

### Perfil formatiu.

Existeixen dues titulacions de Grau Superior de las Família Professional de la Imatge Personal: Estètica i Assessoria d'imatge personal. Els coneixements que tot professional de l'estètica de grau superior ha de dominar són, entre d'altres: electroestètica, massatge, depilació, microimplantació de pigments, anatomia, fisiologia i patologia humanes aplicades a l'estètica integral.

El titulat en estètica exerceix la seva activitat professional dins el subsector tractaments de bellesa, desenvolupant la prestació de serveis d'estètica integral i d'assessorament i atenció al client a instituts i salons de bellesa, balnearis, clíniques de medicina estètica, centres de massatge, departaments de bellesa d'empreses dedicades al tractament de la imatge personal integral, hospitals, centres geriàtrics, empreses de serveis funeraris.

L'assessoria d'imatge abasta un ampli temari, que va des d'imatge personal i comunicació, protocol i usos socials, estilisme en indumentària o relacions en entorns laborals, fins a tècniques d'embelliment personal i

assessoria de bellesa. Els professionals poden treballar en diversos camps com ara departaments de selecció i formació de personal, publicitat i mitjans de comunicació visuals, clíniques de medicina estètica, etc.

Pel que fa a l'assessoria d'imatge, és competència general d'aquest tècnic potenciar la imatge personal d'un individu i del seu entorn o d'un col·lectiu, i adequar tots els aspectes de la seva presència, el comportament i l'entorn a les diferents situacions, conductes i activitats, mitjançant l'aplicació de tècniques d'estètica, perruqueria, normes de protocol, vestuari, i expressió verbal i corporal. I a l'hora dur a terme l'administració, gestió i comercialització en una empresa dedicada a l'assessoria de la imatge personal o bé que s'integra en un equip multidisciplinari, de manera que optimitzi el desenvolupament de l'activitat de l'empresa sota la supervisió corresponent.

Tant pel que fa al ram de l'estètica com al d'assessoria d'imatge, es requereix una formació transversal i multidisciplinària per la quantitat d'elements que intervenen en la prestació òptima d'aquests tipus de servei. En ambdós casos és necessari haver superat qualsevol de les modalitats de batxillerat, o haver superat la prova d'accés als cicles formatius de grau superior.

**Exemples  
ocupacions catàleg  
Porta22**

**Tècnic/a en  
Miropigmentació**

**Instructor/a de Sala  
de Fitness**

**Massatgista estètic**

**Esteticista  
hidrotermal**

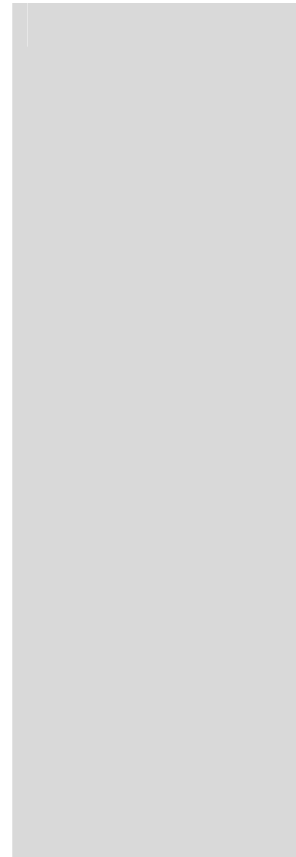
**Assessor/a d'imatge  
pública**

**Wedding planner**

Pel que fa a l'àmbit del manteniment físic, per accedir a aquesta ocupació, a vegades es requereix certa experiència anterior, normalment en gimnasos, centres esportius, etc. Fins ara era suficient amb una formació a mida pel lloc, però a partir del 2009 les empreses del sector estan obligades a contractar personal amb titulació de Tècnic Superior en Animació d'Activitats Físiques i Esportives. En el cas de professionals sense titulació, per accedir a un lloc de treball hauran d'haver aconseguit l'acreditació de competència emesa per l'Institut Català de Qualificació de Competències Professionals.

#### **Perfil competencial**

Pel que fa a la gestió personal, aquests professionals han de tenir autoconfiança i autocontrol, en tant que la seva tasca es basa en oferir solucions pel benestar de les persones, de manera que ha de saber transmetre seguretat i confiança. Pel mateix motiu, entre les aptituds que es requereixen d'aquests professionals son l'empatia, la comunicació i l'orientació al client. Donat que es tracta de treballadors, tant si es per compte pròpia o com assalariats, que poden ocupar càrrecs de responsabilitat, aquests hauran de tenir habilitats per gestionar equips (direcció de persones, lideratge, treball en equip i cooperació...), amés d'aptituds per a la planificació i organització, iniciativa, preocupació per l'ordre i la qualitat, així com per a la negociació -per tractar amb proveïdors, per exemple-, i per a l'orientació estratègica -per tal de definir noves línies de negoci, etc.-. Així mateix, el pensament analític i conceptual seran competències importants per a desenvolupar les tasques més responsabilitat, les quals, juntament amb la creativitat i la capacitat d'aprenentatge i posada en pràctica de cada nou coneixement, son ingredients fonamentals per assolir els nivells de qualitat de servei que la societat demanda.



## Perfils professionals de menor qualificació

### Perfil formatiu

Els estudis de grau mitjà del sector de l'estètica i la imatge personal estan estructurats en tres àmbits: la caracterització, l'estètica decorativa i la perruqueria. En el primer cas, caracterització, es faciliten els coneixements necessaris per transformar l'aspecte físic d'una persona en un personatge definit prèviament i fabricar els elements tècnics necessaris per al procés. Pel que fa a l'estètica decorativa, aquests estudis proporcionen els coneixements necessaris per dur a terme l'aplicació de tècniques d'estètica personal decorativa, l'assessorament al client en el seu àmbit de competència i la presentació de productes, estris i aparells d'ús per a la bellesa, i, per últim, la formació en perruqueria dota dels coneixements necessaris per potenciar la imatge personal i assessorar el client, aplicar tècniques de perruqueria per a l'embelliment dels cabells, i les tècniques complementàries de manicura, pedicura, arranjament i rasura de barba i bigotis.

Algunes de les tasques que pot desenvolupar el professional de la caracterització són les de caracteritzador, maquillador, posticer y fabricant d'elements per a la caracterització. Altre grup professional que guarda relació amb aquest subsector és de la publicitat i les relacions públiques. El món de la televisió, el teatre, cinema, publicitat o serveis funeraris són alguns dels diversos camps on poden exercir. Aquests professionals han de ser capaços de definir el procés de caracterització en funció del personatge, caracteritzar al subjecte i fabricar perruques, postissos a mida i d'altres elements tècnics per a caracterització, mitjançant tècniques de modelatge.

Pel que fa a l'estètica decorativa, amb aquests estudis es poden fer, entre d'altres, les tasques d'aplicació de tècniques d'estètica a la higiene facial i corporal, de realització de maquillatges i tractaments estètics específics en mans i peus, com també d'eliminació del pèl moixí per mitjà de procediments mecànics o decoloració per camuflar-lo. Podrà treballar a establiments de bellesa, hospitals, centres geriàtrics, empreses de serveis funeraris, clíniques de medicina estètica o com representant de laboratoris i firmes comercials, entre d'altres.

Per últim, la perruqueria. Qui faci aquests estudis s'encarregarà, entre d'altres, de l'assessorament als clients sobre canvis en la seva imatge personal, de la realització de tractaments estètics de les alteracions capil·lars i aplicació de les tècniques d'higiene capil·lar, i del canvi de manera permanent i temporal de la forma dels cabells, pentinat i recollida dels cabells segons l'estil seleccionat. Aquest professional pot treballar a perruqueries, departaments de perruqueria de televisions, teatres, cinema, hospitals, residències geriàtriques, passarel·les de moda, serveis funeraris, etc.

### Perfil competencial

En el cas dels professionals de menor qualificació, les competències més significatives que es requereixen són les relacionades amb l'àmbit competencial de la influència, com ara empatia, orientació al client i comunicació. També serà positiu pel seu èxit professional la capacitat de compromís amb l'organització i de flexibilitat i d'adaptació als canvis.

Si bé no es imprescindible la capacitat de lideratge, per exemple, o altres incloses en l'àmbit competencial de gestió d'equips, l'aportació d'aquests professionals pot enriquir i afegir valor a l'empresa, per la qual cosa la creativitat, l'orientació estratègica i la iniciativa constitueixen aptituds valuoses per al seu desenvolupament professional.

Exemples ocupacions catàleg Porta22

Conseller/a de bellesa

Tatuador/a

Maquillador/a de cinema i televisió

Perruquer/a de plató

Especialista en tractaments capil·lars

Especialista en manicura i pròtesis d'ungles,

Conseller/a de bellesa.

## Escenaris de futur del sector de l'Estètica i la Imatge personal

Els punts claus del panorama del sector per als pròxims anys són: una progressiva professionalització, la vinculació del manteniment físic al sector de la salut i una concepció global del benestar que abasta el cos i la ment; el nivell físic i el psicològic. Els nous valors socials, l'horitzontalització de la societat, la cultura de l'oci, la diversificació del públic objectiu, l'interès per la salut i pel gaudiment dels sentits i la recerca de l'harmonia i l'equilibri emocional que contrarestin l'estrès del nostre accelerat ritme de vida, dibuixen un escenari clarament favorable per al negoci de l'estètica i la imatge personal i per als professionals que hi treballin.

El sector haurà d'enfrontar-se a una dura competència i es produirà un crivell que haurà de servir per professionalitzar, prestigiar i dinamitzar un sector que avui ha d'encarar problemàtiques com l'intrusisme, l'atomització del mercat o un concepte precari del negoci. Aquest panorama, però, brinda noves oportunitats a les empreses del sector que aprofitin el moment per adoptar estratègies basades en la especialització i la diferenciació dels serveis prestats. Als professionals que aportin una sòlida formació, creativitat i versatilitat, se'ls obre un món d'oportunitats per afegir valor al sector.

### Debilitats i Amenaces

- **Increment de la competència**  
La desacceleració econòmica i les polítiques expansives de les principals cadenes, incrementaran de manera significativa la intensitat competitiva en els propers anys. L'expansió de les principals ensenyas de perruqueria i estètica continuarà basant-se en l'obertura d'establiments franquiciats. A més, no es descarta la presència d'algunes de les principals cadenes estrangeres, que compten amb la solidesa financera necessària per a una ràpida expansió en nous mercats.
- **L'atomització continua**  
Malgrat el creixent desenvolupament de les cadenes, l'estructura de l'oferta continua marcada per l'alt grau d'atomització, especialment al segment de perruqueries. Pel que fa a l'àmbit de la perruqueria, s'ha produït un increment del desenvolupament de cadenes, que a més d'augmentar progressivament el nombre de locals propis han optat per la cessió de les seves marques en règim de franquícia
- **Guanyant la batalla a l'intrusisme**  
L'intrusisme ha estat, tradicionalment, una característica d'aquest sector, on han exercit persones sense titulació especialitzada; aquesta situació ha provocat que la professió s'hagi desprestigiada. L'intrusisme, a més, perjudica als tècnics mitjos i superiors en matèria de condicions laborals. És per això que els representants del sector han manifestat reiteradament la necessitat d'augmentar la regulació de la professió. En aquest sentit, la legislació és cada dia més exigent, sobre tot pel que fa a tractaments que impliquin un risc per a la salut com és el cas de l'art corporal o les cabines de bronzejat, en ambdós casos es requereix una titulació especialitzada per poder exercir legalment.
- **Cal avançar en bones pràctiques**  
Un recent estudi de Consumer Eroski revela que els centres de tatuatge i piercing presenten importants carències, sobre tot pel que fa a informar adequadament als seus clients: en un 72% del casos analitzats (160 centres de tot l'Estat) no es preguntà al client si patia alguna al·lèrgia o malaltia. El mateix informe posa de relleu que set de cada deu centres de piercing y/o tatuatges tampoc mostraven la pertinent informació higiènic-sanitària del local.
- **Cal potenciar el concepte de negoci**  
Encara hi ha moltes perruqueries de petites dimensions que els manca enfocament empresarial; aquestes tendiran a desaparèixer. L'economia submergida caurà també pel seu propi pes, doncs el consumidor ja no accepta la precarietat, exigeix la seva factura i uns mínims en servei, tracte, qualitat, funcionament, aspecte del local, etc. Aquest panorama, però, brinda noves oportunitats a les empreses del sector que aprofitaran el moment per adoptar estratègies basades en la especialització i la diferenciació dels serveis prestats. Als professionals que aportin una sòlida formació, creativitat i versatilitat, se'ls obre un món d'oportunitats per afegir valor al sector.



### Fortaleses i Oportunitats

- **Avançant en innovacions tecnològiques**  
El de l'estètica és un sector on els tractaments a realitzar són molt nombrosos, a més, hi ha tota una indústria d'aparatólogia i maquinària específica, en constant evolució. Entre les tecnologies emprades destaquen el làser, els equips per a massatges i electroestimulació, presoteràpia, termoteràpia, ultrasons, màquines de bronzejat, etc. En aquest sentit, el creixement de la indústria estètica depèn, en bona part, del seu desenvolupament en equips i tecnologies punters i aquí els professionals de l'estètica tenen molt a dir, doncs a les seves mans està l'adquisició i aplicació de les innovacions tecnològiques.
- **L'estètica s'imposa i esdevé un reforç per a la perruqueria**  
Davant el major potencial de creixement que presenta el mercat de l'estètica, les perruqueries continuaran augmentant la seva oferta de serveis d'estètica. Això fa que el ventall d'oportunitats per als professionals s'ampliï, a més, tal circumstància tindrà una incidència en la realització i satisfacció personal dels treballadors del sector.
- **Nous públics objectius**  
L'interès per l'aparença física i per retardar els signes de l'envelliment fa que el públic objectiu dels serveis d'estètica s'hagi ampliat i diversificat i Espanya és un dels països on més importància es concedeix a l'estètica. Segons la Sociedad Española de Cirugía Plástica Reparadora y Estética, Espanya és el primer país de la Unió Europea en operacions d'estètica i el cinquè del món.

Altres dades significatives fan referència a dos nous segments per aquest mercat, tradicionalment, vinculat a la dona adulta, que són el jove i els homes, com ara que els homes representen el 10% del total d'intervencions d'estètica (un 3,5% d'elles correspon a trasplantaments de cabell) o que altre 10% de les operacions que es realitzen al nostre país es duen a terme a joves d'entre 18 i 21 anys. Espanya és el país on més s'opera a pacients joves. Son dades d'un estudi realitzat per la Sociedad Española de Medicina y Cirugía Cosmética i per la Facultat de Psicologia de l'UAB.

Pel que fa a l'home, aquest ha adquirit nous hàbits estètics, com la depilació i d'altres tractaments corporals. A això s'afegeix l'alta incidència de l'alopecía androgènica (al voltant d'un terç dels homes de 45 anys la pateix) la qual cosa alimenta un gran negoci de tractaments capil·lars que a anat en detriment dels postissos. El perfil d'especialista en perruqueria masculina constitueix una sortida professional de cara al futur.

D'altra banda, la població de gent gran constitueix un segment cada cop més nombrós i més procliu a destinar diners i temps a tenir cura de la seva salut i la seva imatge personal.

- **La tendència pel benestar col·loca al sector al capdamunt dels interessos del consumidor**  
El factor salut també té un pes important, mentre que el factor purament estètic perd rellevància. En aquest sentit, segons el Barómetro Cosmopolitan & Wellness, un estudi realitzat per Ipsos-Eco Consulting demostra que el 82% dels espanyols que va anar durant l'any 2007 a un balneari, SPA o centre termal ho va fer per motius de relax, un 17% motivat per temes de salut i només un 1% per qüestions d'estètica.

Els nous valors socials, l'horitzontalització de la societat, la cultura de l'oci, o l'interès per la salut i pel gaudiment dels sentits i per assolir l'harmonia i l'equilibri emocional que contraresti l'estrès que ens provoca l'actual ritme de vida, constitueixen elements que redundaran en noves i variades oportunitats de futur. Com a exemple, podem parlar del turisme termal, una alternativa que guanya adeptes i que les administracions estan potenciant. En aquest sentit, el propassat mes de setembre es va presentar el consorci Viles Termals de Catalunya. Benifallet, Caldes d'Estrac, Caldes de Malavella, Caldes de Montbui, el Vendrell, la Garriga, Sant Hilari Sacalm i Santa Coloma de Farners són municipis catalans on existeix una gran riquesa hidromineral, constituïda per les aigües minerals, mineromedicinals i/o termals, que fa segles que s'explota. Aquestes viles, conscients de la revitalització dels centres termals que atenen les necessitats d'una demanda creixent i diversificada d'usuaris, tenen com a objectiu adaptar-se a aquesta nova realitat. És per aquest motiu que aquests vuit municipis termals catalans han

creat el Consorci de Viles Termals de Catalunya que podrà impulsar la promoció de centres termals, balnearis, hotels, zones residencials i infraestructures turístiques. Podrà igualment desenvolupar actuacions d'investigació, desenvolupament i innovació, programes de formació contínua i ocupacional, actuacions de protecció mediambiental i sanitària de les aigües minerals, actuacions de promoció turística i totes aquelles altres que es considerin necessàries per al millor desenvolupament de les viles termals de Catalunya.

▪ **La moda, els hàbits d'oci o les noves tecnologies dinamitzen el sector**

Els professionals del món de la imatge personal i l'estètica troben en la formació continuada la via per progressar professionalment i incrementar el seu prestigi. Estar al dia de les modes i tendències en tots els àmbits, des de la indumentària fins a les preferències d'oci dels joves, passant per la formació de noves tècniques i productes del camp en que es moguin, és imprescindible per donar un servei de qualitat, satisfer les expectatives del client i d'aportar valor a la empresa on treballi, en particular, i al sector, en general.

En el camp del maquillatge s'han de tenir en comte, per exemple, l'evolució de les noves tecnologies: l'arribada de la televisió en alta definició està imposant noves exigències als maquilladors, per dissimular les imperfeccions cutànies que el grau de definició de la HD deixa a la vista del telespectador. O en el món del tatuatge, cal estar al cas dels nous pigments amb propietats especials que apareixen al mercat. Novetats en tècniques, maquinària, productes, tendències, etc. El camp és molt ampli; tot és imatge al nostre món globalitzat en el qual tot està, d'alguna manera, interrelacionat, i aquesta perspectiva dóna molt de joc al professional per aconseguir, a través de la formació continuada la seva pròpia singularitat.

▪ **Salut física i psicològica, noves oportunitats**

El creixent interès per les activitats esportives com ara el mètode Pilates s'emmarca dins la tendència de la població a buscar, a més del benestar físic, l'equilibri emocional. Podríem parlar d'activitats cos-ment, que abasten a d'altres activitats físiques com ara el tai-txi o el ioga. És possible que en els pròxims anys prengui consistència un nou perfil professional, el de monitor d'activitats cos-ment.

Sens dubte, aquest és un camp professional amb moltes expectatives. En aquest sentit, val a dir que els metges recomanen cada cop més la pràctica d'aquesta i d'altres activitats cos-ment, en casos de depressió i estrès, així com per la millora de patologies reumatològiques i articulars o ginecològiques, per a les quals els esports d'impacte estan contraindicats.

D'altra banda, els problemes de sobrepès i risc per a la salut que implica portar una vida sedentària afecten a un nou sector de la població, l'infantil, i cada cop més, els metges i educadors recomanen als nens la pràctica esportiva. En alguns casos s'ha de recórrer també a teràpies psicològiques quan els problemes amb el menjar estan relacionats amb mals hàbits, problemes d'autoestima o circumstàncies relacionades amb l'entorn familiar i social.

La relació entre el benestar emocional i el benestar físic és objecte de nombroses investigacions i llibres divulgatius, com el presentat recentment *Corazón y Mente*, del cardiòleg e investigador Valentí Fuster i el popular psiquiatra Luis Rojas Marcos, que deixa clar que el què es bo per a la ment es bo pel cor, i viceversa. I és que el benestar del cos i la ment està de moda.

## Enllaços d'interès

### Organismes internacionals:

International Medical  
Wellness Association Advisors  
<http://www.medicalwellnessassociation.com>

International Federation of  
Health & Beauty Therapists  
[www.fht.org.uk](http://www.fht.org.uk)  
Community of Ariane Cities  
[www.villes-ariane.org](http://www.villes-ariane.org)

**Organismes nacionals:**  
A.E.M.I (Asociación  
Espanyola de Maquilladores e  
imagen)  
[www.aemi.es](http://www.aemi.es)

Confederación Nacional de  
Centros de Enseñanza y  
profesionales de Peluquería  
y Estética  
[www.cneceppe.es](http://www.cneceppe.es)

AEB - Asociación Española  
del  
Bronceado  
[www.aeb-asociacion.com](http://www.aeb-asociacion.com)

### Esdeveniments internacionals: (fires, congressos, etc.)

XVIII Congreso Argentino de  
Medicina Estética  
[www.soarme.com](http://www.soarme.com)

Hair BrasilWeb  
[www.hairbrasil.com.br](http://www.hairbrasil.com.br)

Beauty ForumWeb  
[www.beauty-forum.com.pl](http://www.beauty-forum.com.pl)

Beauty UKWeb  
[www.beautyserve.com/Events/BeautyUK](http://www.beautyserve.com/Events/BeautyUK)

Hebex Expo  
[www.hebexegypt.com](http://www.hebexegypt.com)

Wellness SPA & Beauty  
Exhibition  
[www.wellness.fieramilanoexpo.it](http://www.wellness.fieramilanoexpo.it)

Cosmética Berlín  
[www.ki-online.de/index.php?id=cosmetica\\_berlin](http://www.ki-online.de/index.php?id=cosmetica_berlin)

Hair & Beauty  
[www.hairandbeauty-fair.de](http://www.hairandbeauty-fair.de)

**Esdeveniments nacionals:**  
(fires, congressos, etc.)  
XIII Convención de Aeróbic y  
Fitness  
Web: [www.fmgimnasia.com](http://www.fmgimnasia.com)

Feria FitnessWeb  
[www.wellnessinstitute.com](http://www.wellnessinstitute.com)

Jesal - Extetic  
[www.feria-alicante.com](http://www.feria-alicante.com)

Salud&Belleza  
[www.fermasa.org](http://www.fermasa.org)

I Congreso de Fitness y Salud  
[www.valgo.es](http://www.valgo.es)

JardinovaWeb  
[www.jardinova.es](http://www.jardinova.es)

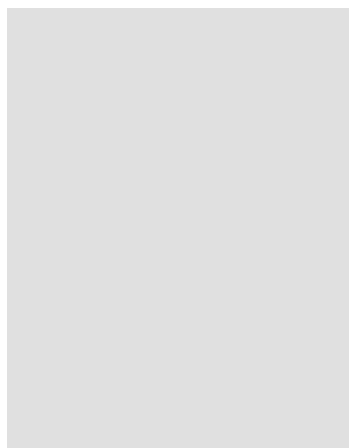
Stylist Night  
[www.apebcn.com](http://www.apebcn.com)

Termatalia  
[www.termatalia.com](http://www.termatalia.com)

### Portals temàtics internacionals:

Cosmobelleza  
[www.cosmobelleza.com](http://www.cosmobelleza.com)

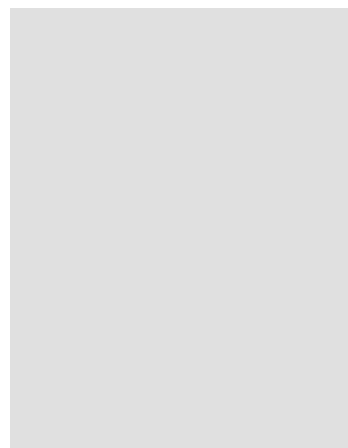
IMG Estética  
[www.imgestetica.com](http://www.imgestetica.com)



Cosmobelleza & Wellness  
<http://www.cosmobelleza.com/es/feria.cosmo>

Congreso Internacional de  
Gestión y Marketing  
Deportivo  
[www.gedo-formacion.com](http://www.gedo-formacion.com)

Congreso Iberoamericano de  
Instalaciones Deportivas y  
Recreativas  
[www.cidyr.org](http://www.cidyr.org)



**Informe realitzat per:**  
**Mònica Daluz**