

Más belleza, más salud

Tecnología y diseño al servicio del bienestar

■ Mónica Daluz

Se acerca la época estival y el establecimiento debe estar bien surtido para ser buen consejero en materia de estética y salud. Sí, muchas son las disciplinas que debe dominar el comerciante de nuestro tiempo, y ahora le toca explicar a sus clientas la importancia de la ergonomía a la hora de eliminar su bello, y a la clientela masculina cuán beneficioso resulta para la salud física y mental el uso semanal de una bañera de masaje para sus pies...

En fin, la cultura del bienestar llegó para quedarse y en ella encuentra el fabricante de pequeño electrodoméstico un enorme campo sobre el que trabajar. De hecho, en los últimos años hemos asistido a la proliferación de todo tipo de propuestas destinadas al cuidado de nuestro cuerpo y nuestra salud. Sin embargo, la penetración de este producto en el mercado nacional, dista de la de otros países europeos.

El campo del cuidado personal es, sin duda, una buena oportunidad de negocio para fabricantes y distribuidores ya que son productos que se prestan a la incorporación de sofisticadas tecnologías y diseños vanguardistas que los sitúan en un nivel de gama media y alta. Algunos de ellos, como los monitores de composición corporal, electroestimuladores o aparatos de masaje, requieren una prescripción adecuada y, por tanto, la especialización y profesionalización del comercio.

El sector fabril ya se ha lanzado de lleno con estrategias y productos. Todo está apunto para cuidarnos más y mejor. En este reportaje analizamos todos los pormenores del mercado de cuidado personal, les presentamos las últimas novedades de producto y les hablamos de las tecnologías y los di-

seños más innovadores. Además, los representantes de las empresas fabricantes nos han puesto al día de sus planes... En este sentido, Braun nos cuenta que "en todos nuestros productos, innovamos para aportar más comodidad a los usuarios.

Esto se refleja claramente en nuestros últimos lanzamientos. Después de haber incluido la tecnología iónica en la familia de secadores, en los modelos de viaje seguimos aportando comodidad, con el lanzamiento del secador más compacto del mercado. En depilación, Braun incorpora la tecnología SoftLift y su sistema de masajes en 4 direcciones para una depilación más eficaz y suave, y cada vez más cómoda. En afeitado, lanzamos la primera afeitadora dirigida a cubrir las necesidades de los jóvenes, proponiendo un producto capaz de afeitar, recortar y dar estilo con facilidad y con un novedoso diseño."

Josep Bertrán, director de ARP-Imetec, también nos ha explicado las estrategias de producto que ARP ha puesto en marcha con su marca

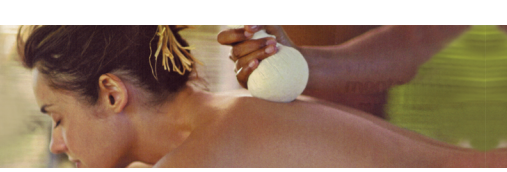
Imetec: "Nuestra línea de productos en la división de cuidado personal está avanzando en tres caminos diferentes. Por un lado, en innovación de las líneas actuales, con incorporación de modelos con aportaciones diferenciales a

lo que actualmente tienen nuestros competidores.

En este apartado podríamos destacar los dos packs compuestos por un secador de 2.000W y un rizador, y otro formado por un secador de 1.800W más una pinza. En ambos casos son productos con nuevos diseños y un precio muy competitivo."

"Por otro lado - añade Bertrán-, estamos trabajando en la potenciación e incorporación de nuevas líneas, como básculas con nuevas tecnologías para control de peso y medición de grasas. Además, nos estamos preparando para la introducción de una nueva y revolucionaria línea de productos con un cambio claro de imagen que en este momento estamos testando y que presentaremos con una gran campaña a primeros de septiembre".





mercado

Por su parte, las investigaciones y estrategias de Philips en lo que a depilación femenina respecta, se centran en "lograr una disminución del dolor, a través de Satin Ice y su sistema antidolor basado en el poder calmante del hielo; así como en optimizar la comodidad, a través del potente masaje antidolor de la Satinelle Masaje" -explican los responsables de la compañía-.

Pulso al sector

Según los datos de la consultora ACNielsen, durante el periodo de julio a diciembre del pasado año se vendieron en España 2.447.000 unidades de aparatos de cuidado personal, lo que representó un aumento con respecto al mismo periodo del año anterior, del 10,3%. En valor, con una cifra de 93.471.000 de euros, el incremento se quedó en el 5,1%. Un mercado, pues, que, aunque crece en unidades, pierde valor. La explicación la hallamos en la proliferación de las gamas bajas procedentes de países orientales. En unidades, sólo bajan secadores y cepillos eléctricos, los primeros decrecen un 1% en piezas vendidas y un alarmante 10,2% en valor. La familia que más ha crecido en unidades de venta ha sido la de básculas de baño, con un 39,7%, aunque el incremento en valor fue tan solo del 12,2%. La gran cantidad de marcas tiene confundido al consumidor, que necesitará de una buena prescripción y de potentes campañas informativo-publicitarias para apreciar los valores añadidos del producto.

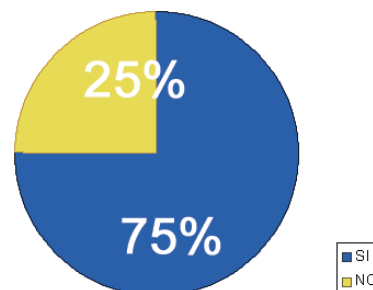
Los representantes de Braun valoran la situación actual del mercado, afirmando que, "a pesar de los sólidos crecimientos de gran parte de las categorías de PAE, están proliferando productos de escaso valor añadido para el consumidor. La creciente presencia de productos de baja calidad, cuyo único atractivo es el precio, está dañando los márgenes, siendo la innovación el camino para aportar mayor valor añadido al consumidor, y asegurar mayores beneficios dentro del sector."

El director de ARP-Imetec declara al hilo de esta cuestión que: «Las mayores dificultades que tiene actualmente el fabricante son, la gran atomización de marcas y productos existentes en el mercado, y la cantidad de importaciones que están reduciendo los márgenes considerablemente, ya que la valoración que se tiene del producto es cada vez menor, debido a la erosión de precios.»

«Pienso -prosigue Bertran- que para mejorar los márgenes tiene que existir una política de concentración y de creación de planes concretos para los distribuidores y clientes que quieran tener una propuesta y un desarrollo global con las marcas. Hay que tener en cuenta que es mucho más importante el precio al que se puede vender que el precio al que realmente se compra. Es simplemente una cuestión de rentabilidad y de centrarse en marcas que, en su conjunto, puedan aportar un catálogo intere-

Nuestra encuesta online

Los resultados de la encuesta mensual de nuestra página web, han sido los siguientes: A la pregunta "Cree que vender PAE será más rentable en 2005 que lo fue en 2004", un 75% han votado "sí", mientras que para el 25% el ejercicio en curso no será mejor que 2004.

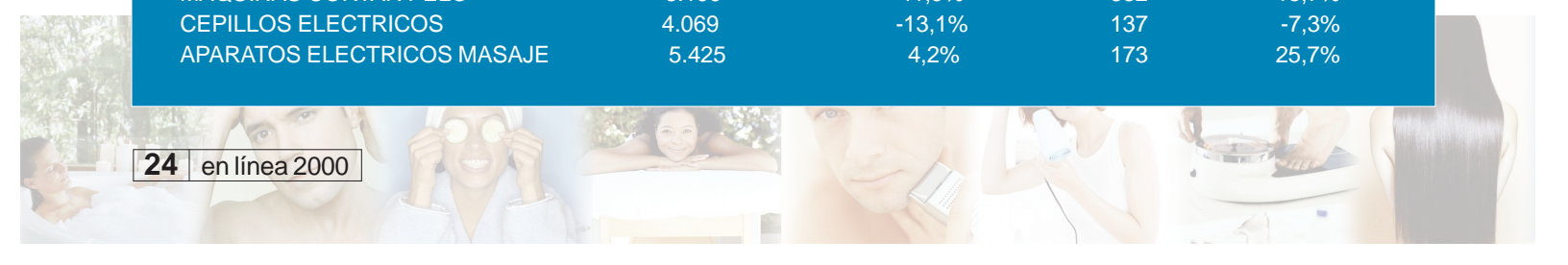


sante que cubra las necesidades de los clientes con un solo proveedor. Particularmente, nuestra facturación en 2004 ha sido de 4.000.000 de euros con un crecimiento de aproximadamente, un 40% con respecto al año anterior y una previsión de alcanzar en este año 2005, los 6 millones de euros, para situarnos en el 2007 en una cifra de 10 millones. Sabemos que es una labor difícil pero la realidad es que tenemos un proyecto que se está desarrollando según nuestras expectativas y que este año vamos a dar un paso importante con una serie de acciones, lanzamientos y campañas de publicidad."

La dirección de la empresa Remington, por su parte, señala la sa-

Ventas de PAE, por familias, durante el periodo julio- diciembre 2004

	Ventas en miles de euros	Variación julio- dic 03 / julio- dic 04	Ventas en miles de unidades	Variación julio- dic 03 / julio- dic 04
CUIDADO PERSONAL	93.471	5,1%	2.447	10,3%
AFEITADORAS	22.453	14,1%	273	16,2%
SECADORES	19.050	-10,2%	754	-1,0%
DEPILADORES	20.750	9,1%	320	8,7%
RIZADORES	5.793	16,7%	181	17,1%
BASCULAS DE BAÑO	7.731	12,2%	258	39,7%
MAQUINAS CORTAR PELO	8.199	11,9%	352	15,7%
CEPILLOS ELECTRICOS	4.069	-13,1%	137	-7,3%
APARATOS ELECTRICOS MASAJE	5.425	4,2%	173	25,7%



mercado



Entrevista a Ángel Hervas, director comercial de Tanita

¿Cómo valora la situación actual del mercado del pequeño aparato de cuidado personal?

El panorama ha cambiado mucho en los últimos cinco años; hoy, en las tiendas encontramos secciones dedicadas a este tipo de producto pero, aún así, no hay cultura de cuidado personal si comparamos con otros países de nuestro entorno, como Inglaterra o Alemania; el establecimiento todavía no cree en el cuidado personal. Se trata de una categoría de productos que va entrando poco a poco; concretamente, el tipo de artículo que nosotros comercializamos, que requiere una dependencia formada, con vendedores que sepan explicar y demostrar las funciones del aparato.

Dé a nuestros lectores una pincelada de lo que sus productos pueden hacer por el control de la salud.

Contamos con una amplia gama de básculas y recientemente hemos lanzado un alcoholímetro de bolsillo; somos especialistas en control de peso y, además de las básculas convencionales, tenemos modelos especiales que miden la cantidad de grasa y agua, pero, eso no es todo: disponemos de modelos de alta gama que hacen lo que podríamos decir una "radiografía" completa del estado del cuerpo: miden la masa ósea y muscular; el metabolismo basal, que es la cantidad de calorías que el cuerpo necesita cuando está en reposo; la grasa visceral, que es la que rodea los órganos vitales; y la edad metabólica.

¿Cómo funciona el producto en el canal?

Es un producto que necesita mucha prescripción; en este momento, El Corte

Inglés es nuestro principal cliente. Tenemos que entrar poco a poco; es un artículo en el que funciona mucho el boca a boca.

¿Cuáles son los mayores inconvenientes de este mercado?

La cantidad de marcas que hay... El producto de baja calidad procedente de países asiáticos..., aunque se trata de marcas que nacen y mueren; no son profesionales y, aunque a largo plazo no constituyen un peligro, a corto plazo se llevan mucha venta, por precio. En nuestro caso no hemos notado la bajada de ventas porque al tratarse de un producto nuevo, cada año subimos; hasta que se estabilice pasarán años. Por tanto, el futuro es esperanzador.

¿Cuáles son los principales cambios que ha observado en el consumidor en los últimos años?

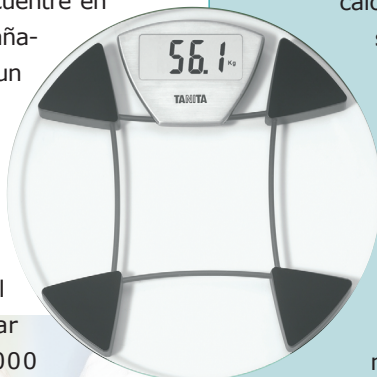
Existe cada vez una mayor demanda de aparatos destinados a cuidar la salud y el aspecto físico, sin embargo, todavía queda mucho camino por recorrer. En otros países europeos es habitual que el consumidor tenga, por ejemplo, más de un tensiómetro: uno en casa y otro en la oficina; tenerlo a mano, en un momento dado, te puede salvar la vida.

Háganos una prospectiva del mercado a medio plazo.

En el futuro, muchas marcas desaparecerán, sólo quedarán las marcas punteras. Todo se hará a través de grupos y las tiendas estarán asociadas en su totalidad. Pienso que las grandes tiendas tendrán grandes espacios dedicados al cuidado personal, porque cada vez irán apareciendo más productos. De hecho, las grandes superficies ya lo están haciendo; algunos centros están montando parafarmacias. También pienso que habrá una selección natural a favor de los que apuesten por ganar más margen, con artículos que requieran una atención especial.

turación de producto existente en el mercado y la dificultad para la diferenciación, como los mayores inconvenientes de este sector. Por lo que respecta al tema de rentabilidad, la firma comenta que para mejorar los márgenes se deben "buscar innovaciones y ofrecer características únicas en los productos -apuntan los responsables de Remington-, que permitan diferenciarte de las gamas bajas de primer precio. Se debe aportar un valor añadido si se quiere repercutir en los PVPR y mejorar los márgenes comerciales. El consumidor estará dispuesto a pagar algo más, siempre que encuentre en el producto un valor añadido, una solución a un problema.»

En materia financiera, la compañía tiene fijados sus objetivos de facturación para España en el año 2005, en alcanzar la cifra de 4.000.000 euros.



producto

Todos los productos

◆ La depilación

Un poco de historia

La costumbre de eliminar el vello se conoce desde el año 4000 - 3000 antes de Cristo. Entonces ya existía un primitivo tipo de crema depilatoria que contenía trisulfuro arsénico, cal viva y almidón.

Durante la época de los egipcios la moda consistía en llevar la cabeza afeitada y las pelucas extravagantes eran el último grito; se han encontrado maquinillas de afeitar en tumbas de este período. El pelo de otras partes del cuerpo se eliminaba usando cera de abejas y cremas depilatorias.

Las mujeres americanas de 1700 quemaban el pelo aplicándole lejía cáustica.

No fue hasta el año 1762 cuando el barbero francés, Jean Jacques Perret, diseñó la primera maquinilla de afeitar "segura".

A finales de 1800, los médicos intentaron lo que hoy en día conocemos como la electrolisis; lo hacían insertando y retorciendo un alambre de espino con ácido sulfúrico en el folículo piloso con la intención de matar la raíz.

¿Qué prefieren las mujeres?

Las piernas: En Europa Occidental, el 47% de las mujeres prefiere afeitarse con cuchilla mientras que el 18% prefiere la cera y el 11% usa una depiladora.

El vello más oscuro requiere una depilación más duradera, así que, en los países del sur de Europa, la cera y las depiladoras son los métodos más populares: usa cera el 37% de las mujeres, y prefieren las depiladoras el 16%.

En Europa del Este el método más popular es el afeitado; un 55% de las mujeres eligen esta opción. Las cremas depilatorias ocupan el segundo lugar, con un 18%.

La línea del bikini: En Europa Occidental, el 49% de las mujeres usa cuchilla para la zona de las ingles, en comparación con el 23% que prefiere la cera.

En el sur de Europa, el vello más grueso de la línea del bikini se extrae de raíz, usando el 42% de las mujeres, la cera, y el 6%, una depiladora eléctrica.

En Europa Oriental el 48% de las mujeres se afeitan las ingles con cuchilla.

Otros países: En China, para la línea del bikini, el 33% usan afeitadoras eléctricas mientras que el 17% opta por la depilación a la cera. Para las piernas prefieren, el 27% la afeitadora eléctrica, y sólo un 1% se decanta por la cera.

En Latinoamérica, un 40% de las mujeres prefieren para depilar sus piernas los sistemas de larga duración como la cera o las depiladoras.

Ellos también se depilan

Los estereotipos son odiosos y los medios de comunicación se abalanzan a convertir en moda cualquier extravagancia y, en más de una ocasión, a meter en el mismo saco elementos de lo más dispar. Así ha ocurrido con el horrendo término "metrosexual", a cuyos integrantes se atribuye en exclusiva la práctica de la depilación. Corredores, ciclistas y otros deportistas llevan años depilándose las piernas porque es más higiénico, ya que el sudor no se acumula y la piel puede «respirar» mejor; es más seguro, ya que en caso de caída y su consiguiente herida, la zona estará libre de pelos y se podrá desinfectar mucho mejor y cicatrizará con menos riesgo de infección; es más limpio en los masajes o en la administración de cremas antiinflamatorias en caso de lesión muscular; y, más estético, aunque eso va a gustos... Además de las piernas, el hombre también elimina su bello del pecho y abdomen no sólo por higiene en la práctica deportiva, sino para colocar con mayor comodidad los electrodos de los aparatos de electroestimulación. Sea como sea, los fabricantes tienen en la depilación masculina otro filón.



producto

CURIOSIDADES:

* El pelo crece aproximadamente 7 milímetros al mes.

* Los humanos nacemos con alrededor de 2 millones de folículos pilosos por todo el cuerpo.

* En las piernas tenemos unos 370.000 folículos pilosos pero gran parte de ellos produce sólo pelos finos y rubios.

* La longitud del pelo depende de muchos factores que incluyen la genética, la parte del cuerpo, el clima, la edad, la nutrición y las hormonas.

* El pelo no crece más grueso tras el afeitado, simplemente pierde su extremo, más fino y de un color más claro que el resto del vello. Su crecimiento continúa a partir de donde ha sido cortado.

* El vello de las axilas crece el doble de rápido que el de las piernas y lo hace en direcciones distintas, por ello tenemos que dar varias pasadas al afeitarlo.

* En Latinoamérica es más común depilar la línea del bikini, no en vano existen las "ingles brasileñas"; les siguen de cerca las mujeres de Europa Occidental.

* Piernas, axilas y línea del bikini no son las zonas más comunes para las mujeres asiáticas, allí les preocupa más la depilación de las manos, la cara y los brazos.



8770 E Miniliss, de Babyliss

Exfoliar y afinar la piel

Depiladora con doble cabezal de depilación, con rotaciones opuestas entre sí que tensan la piel proporcionando máxima suavidad; dos cabezales con 30 pinzas en total que eliminan de raíz hasta los pelos más cortos cualquiera que sea su ángulo de inclinación. Resultado rápido y duradero.



Doble cabezal de exfoliación y descamación: elimina las células muertas superficiales que aprisionan el vello y afina el grano de la piel para evitar que el vello vuelva a crecer bajo ella; 2 velocidades: una lenta para las zona sensibles y otra rápida para las piernas. Su diseño es ergonómico y compacto, adaptándose a la mano; recubrimiento *soft touch*; incluye estuche de viaje y su precio recomendado es de 79,90 euros. Su peso es de 120 gr y se distribuye en grandes almacenes, hipermercados y tiendas especializadas.

SoftPerfection 3570 Friends Edition, de Braun

Depilarse en compañía

Los representantes de la compañía Braun nos cuentan que, además de renovar su gama media y baja, uno de sus últimos lanzamientos en depilación es el modelo SoftPerfection 3570 Friends Edition. "Una nueva depiladora basada en el éxito de la SoftPerfection 3570", explican. ¿Por qué se llama Friends -amigos- Edition? Porque cuenta con un cabezal de piernas adicional para prestar a las amigas y depilarse en compañía, una idea muy original...

Entre sus características destacamos: sistema de masaje en 4 direcciones para mayor suavidad; cabezal de piernas con sistema SoftLift que depila el pelo de raíz incluso antes de que se haga visible; cabezal de depilación de raíz de zonas sensibles adicional; accesorio de posicionamiento para una depilación más rápida; cabezal de piernas adicional; color gris y rojo, más moderno y juvenil; y para su promoción cuenta con la imagen de Heidi Klum.



producto

Satinelle Massage, de Philips

Masaje contra el dolor

Philips lanza un modelo con un novedoso sistema recargable que permite arrancar el vello de raíz en cualquier momento y lugar. Una vez cargada completamente, Satinelle Massage tiene una autonomía de 25 minutos, tiempo suficiente para usarla en piernas, axilas y línea del bikini. Además, Satinelle cuenta con un exclusivo sistema antidolor basado en un masaje activo que relaja la piel antes y durante la extracción del pelo, evitando así las molestias de la depilación. El método de depilación de Satinelle Massage está basado en un sistema de pinzas que, a gran velocidad, extrae rápida y limpiamente incluso el pelo más corto (0,5mm) desde la raíz, dejando una piel suave y libre de vello durante más de cuatro se-



manas. Tiene dos velocidades e incluye un práctico estuche de viaje, una esponja exfoliante para eliminar las células muertas de la piel antes de cada depilación y evitar así que nazcan los pelos subcutáneos. Satinelle Massage se presenta en dos modelos, HP 6462 y HP 6461, que comparten todas sus características excepto el adaptador de precisión para las zonas sensibles que incluye sólo Satinelle Massage HP 6462. Este modelo fue lanzado el pasado 1 de marzo y se distribuye a través de grandes almacenes, hipermercados y tiendas de electrodomésticos, con un precio aproximado de 74,99 euros para la Satinelle Massage HP 6462; y 69,99, para la Satinelle Massage HP 6461.

Bikini Trimmer BKT 3000, de Remington

Formas precisas...

Afeitadora femenina que corta y da forma con cabeza para afeitar. Es recargable y se puede emplear en la ducha.

Incluye peine removible para dar forma y efectuar cortes más precisos en ingles y zona púbica.

Incorpora una cabeza para afeitar intercambiable y destaca su diseño ergonómico, con cuerpo curvado y mango antideslizante. Bolsa de viaje y cepillo de limpieza están incluidos y su precio es de 29,99 euros.



El cabello

e-Go, de Braun

Compacto

Sus creadores afirman que se trata del secador más compacto del mercado y se caracteriza por su diseño sin mango. Otras de sus características: 1.200 vatios de potencia, boquilla concentradora, 2 combinaciones de temperatura y caudal de aire, y mango ergonómico para mayor comodidad.

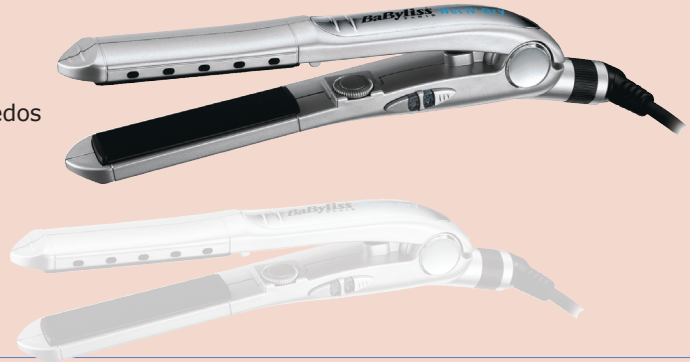


Producto

Wet & Dry 2170E, de Babyliss

Calor seguro

Esta plancha de pelo alisa los cabellos secos y húmedos y cuenta con tecnología Ceramic que cuida el cabello: para ello, a sus placas extrafinas se ha incorporado un recubrimiento especial que autoregula la temperatura con 1°C de precisión, la mantiene constante y distribuye el calor de forma uniforme.



BR-4007, de Brothers Choice

Look profesional

Las características técnicas del nuevo secador de Brothers Choice, con unas dimensiones de 260 X 93 X 210 MM, son: interruptor de calor con 2 posiciones; botón para aplicar aire frío, difusor para lograr volumen, concentrador y anilla para colgar. Llama la atención su aspecto profesional y el cañón de aire con acabado cromado. Funciona a 230V~50Hz.

Brothers Choice también presenta la plancha de cabello BR-4022, con unas dimensiones de 96 X 63 X 290mm, que ofrece la doble función de alisado y ondulado, tiene piloto indicador de encendido/apagado, brazo de presión de fácil uso, temperatura controlada y un coste energético mas bajo.



S8-2000 + Rizador, de Imetec

Va de rizos

Con una potencia de 2.000 W, el nuevo secador más rizador de ARP incorpora difusor profesional y entre sus características principales destacan: su concentrador de aire, golpe frío, 8 combinaciones de caudal temporal, filtro de protección extraíble, y su rizador estilizador con una potencia de 19 W.

Otros modelos a destacar, en secado: los que combinan el Motor Profesional y el sistema Ion, como el MC-K1 2000; y una amplia gama de modelos con motor AC y también con ionizador, como las referencias MC K3 2000, P1-2000, P2-2000 y MC-P1-1900.



SC376, de Jata

Con generador de iones

Jata presenta el secador modelo SC376 con generador de iones y 2.200 W de potencia. Destaca por la emisión de iones, que favorece el cuidado del cabello, y contribuye a mejorar el acabado y brillo. Otro modelo a señalar es el SC377, con dispositivo anti electro-*shock* de 2.200 W de potencia; incorpora un diferencial de gran sensibilidad que en caso de contacto con el agua evita el electro-*shock*.





producto

Maxiliss 2000, de Monix

Compacto y potente

El nuevo Maxiliss 2000 es un secador compacto, que alcanza una potencia de 2.000 W. Está dotado de dos velocidades y tres posiciones de temperatura, filtro extraíble para fácil limpieza, golpe



frío, termostato de seguridad, difusor profesional y concentrador de aire, anillo colgador y almohadilla anti-golpes.

Secadores y planchas, de Palson

Últimas tendencias... tecnológicas



La compañía acaba de colocar en el mercado tres nuevos productos: el secador Ionic 3500, con tecnología iónica; y dos planchas para el cabello, una que también cuenta con generador de iones y otra, cien por cien cerámica. Los modelos han sido bautizados con dos sugerentes nombres que nos transporta a épocas de *glamour chic*: Marlene y Brigitte, respectivamente.



Línea 2x Protection, de Remington

Cuidar el cabello

2xProtection, de Remington, combina dos tecnologías para cambiar de peinado con rapidez y sin dañar el cabello: cerámica más teflón en el caso de las planchas del cabello, y la tecnología cerámica más la iónica, en el caso de los secadores, moldeadores y rizadores.



Model Air 1200, de Taurus

Alisa, riza, ondula, seca y moldea

El nuevo moldeador secador de Taurus, de 1.200 W de potencia, tiene 2 velocidades y 3 posiciones de temperatura, función turbo, cable giratorio 360°, anillo colgador, 5 accesorios para alisar, rizar, ondular, secar y moldear, y bolsa de transporte.



Producto

◆ Sólo para él

Atrás quedó la era en la que el hombre estaba reñido con el espejo; aquellos tiempos en los que no podía llorar, ni cambiar pañales ni, mucho menos, untarse crema hidratante. Aunque, afortunadamente para las féminas, los tipos duros no han pasado a la historia,



hoy el hombre, como la mujer, busca el bienestar físico y psíquico como parte de su realización personal y su proyecto vital. Hoy, hasta en los looks más descuidados está todo previsto... el roto del pantalón debe encontrarse en su justo lugar, para marcar la diferencia entre el andrajo y la vanguardia, y la greña ha de tener la movilidad precisa para que no parezca un postizo de cartón piedra.

Ahí van algunos ejemplos de productos para el cuidado personal pensados sólo para él.



Cruzer, de Braun

Look personal

Se trata de un aparato "tres en uno" que busca facilitar la personalización del look: su cabezal flotante y extra largo logra un gran apurado y el accesorio perfilador define las formas. El accesorio recorta-barbas permite mantener la barba a la longitud deseada. Además, puede utilizarse sin cable con autonomía de 30 minutos, se limpia bajo el agua, tiene un diseño ergonómico y cuenta con una banda anti-deslizante.



Cortapelos de Fagor

Kit al completo

El modelo MCP-41C tiene cuchilla telescópica de cerámica, que no necesita mantenimiento; autonomía de 35 minutos, 14 posiciones de corte, corte con bloqueo, y diseño ergonómico. Alimentación: batería y red. Indicador de carga (LED). Incluye todo tipo accesorios: tijera, estuche, cepillo de limpieza, aceite lubricante de máquina, peine distanciador corto, peine distanciador largo, peine pequeño y peine grande.



MP373, de Jata

Corte fácil

El modelo MP373 es uno de los últimos lanzamientos de Jata para el hombre. La empresa destaca "sus amplias prestaciones, la cuidada presentación y la relación calidad precio".



HC030, de Remington

Cuestión de longitud...

Cortapelo recargable "todo en uno" con cuchillas revestidas de titanio que aumenta la durabilidad. Este modelo ofrece nueve longitudes de corte integradas mediante una rueda giratoria automática, y se puede emplear con cable o batería. Incluye una bolsa de viaje y su precio es de 46,99 euros.





◆ Mantener la línea

Es la asignatura pendiente de la mayoría de los adultos del mundo, supuestamente, civilizado. Ir al gimnasio o seguir alguna dieta que haga más atractivos nuestros cuerpos se ha convertido en el objetivo de jóvenes y mayores, pero la falta de tiempo y la pereza llevan al consumidor a buscar otras vías, más fáciles, para lograr los resultados deseados. Entre los diversos aparatos que proliferan en grandes superficies y grandes tiendas especializadas, encontramos los electroestimuladores. Hasta ahora reservados a deportistas y fisioterapeutas, los electroestimuladores han aterrizado en el canal de gran consumo y se han vuelto más sencillos de usar, más ligeros y con estéticas mejoradas.

Fitness, de Compex

En forma

Los electroestimuladores Compex reproducen en el nervio motor el impulso eléctrico que normalmente se transmite desde el cerebro, provocando una contracción muscular, esto es, la electroestimulación. Estos aparatos permiten realizar un intenso trabajo muscular sin cansancio psíquico ni cardíaco y sin sobrecargar las articulaciones ni los tendones. El nuevo modelo, Fitness, presenta un diseño moderno, compacto y ergonómico; es ligero y fácil de utilizar.



Body Fat 100, de Imetec

Ligerísima

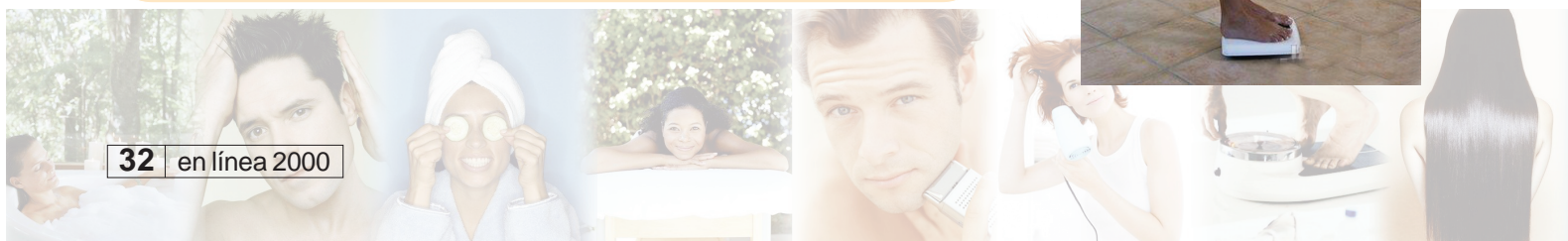
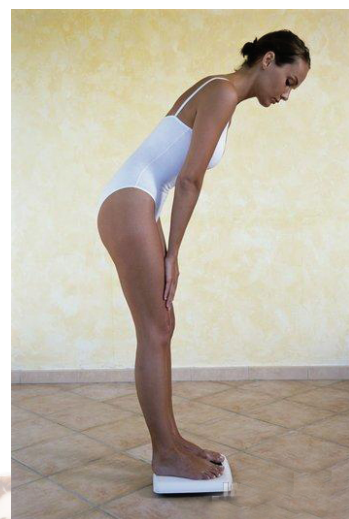
La Body Fat 100 es una bascula digital electrónica, que pesa hasta 150Kg y cuenta con medidor de grasa corporal y 4 memorias. Es muy ligera, tan solo pesa 1,4 kg.



¿Qué es la electroestimulación?

Es utilizada para inducir la relajación de espasmos musculares, para aumentar el rango de movimiento, reducir y prevenir la atrofia muscular, y en la reeducación muscular y el aumento de la circulación sanguínea. Además, también está indicado, para proveer alivio de dolores menores en músculos y articulaciones, y reducir tensión, así como para fortalecer músculos, mejorar la apariencia en general y mejorar los efectos del entrenamiento físico.

Un reciente estudio, que ha obtenido el segundo premio en el Certamen Nacional de Investigación en Medicina Deportiva, demuestra que la electroestimulación mejora la adaptación cardiovascular. Además, aplicada en sesiones cortas, consigue importantes beneficios cuando la práctica del ejercicio físico no es bien tolerada; bien en el caso de personas con algún tipo de patología cardíaca o en el de los deportistas que están recuperándose de una lesión.



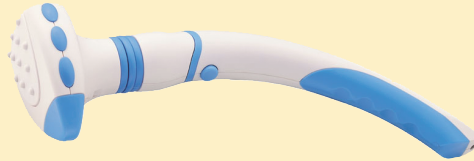
Producto

◆ Cuidados especiales

Hemos entrado en una nueva fase del cuidado personal y la preocupación por la estética. Las cifras que barajan las clínicas de cirugía estética son impresionantes, pero el *boom* de los "arreglos" de bisturí no es nuevo. La novedad estriba en un ir más allá de la estética. La clave se centra en el bienestar y el equilibrio. Existen multitud de centros en nuestro país, -aunque los Estados Unidos, en eso, nos ganan "de calle"...- que ofrecen todo tipo de cuidados y terapias dirigidas hacia el bienestar global del cuerpo y la mente, que van desde el masaje terapéutico a la reflexología podal, pasando por la musicoterapia. Pero ahí están los fabricantes de PAE, que no han tardado en reaccionar y para ahorrarnos tiempo y dinero nos ofrecen la posibilidad de disfrutar de todo tipo de terapias en la comodidad de nuestro hogar.

BR-4503, de Brothers Choice

Texturas para sentir



El masajeador de mano de Brothers Choice es recargable y está dotado de dos velocidades de masaje.

Sus dimensiones son de 425 x 95 x 135 mm, tiene asa extensible y cabezal de masaje de múltiples superficies.

Bastón de masaje Medisana

Dolores fuera

«Mega» es el nombre del bastón de masaje de Medisana que realiza masajes utilizando 3 métodos diferentes: percusión, infrarrojos y vibración. Mega mejora la circulación, alivia el dolor muscular, activa el sistema linfático, estimula y relaja. Compuesto por dos puntos de luz infrarrojos, es posible regular la intensidad de los mismos. Otras de sus características son: mango antideslizante; peso de 1,7 kg; dimensiones, 44 x 14 x

13 cm; consumo, 35 W; voltaje, 220V/50Hz; tiempo de aplicación, 20 minutos máximo; vibración, ajustable de 2.000 a 3.000 rpm; producto homologado y con garantía de tres años.



DR-6654-E, de Scholl

Relax total...

El nuevo hidromasaje de pies de Scholl ofrece 3 niveles de funciones, 3 posiciones de calor, controles regulables con los dedos de los pies para un uso más sencillo, rodillo fijo, nodos estimuladores, plataforma que sube o baja a 2 ángulos diferentes, secador de uñas motorizado, relajadores de dedos y talón, e incluye un set de pedicura.



producto

Bajo control

La última edición del informe El Observador de la Distribución, de Banco Cetelem, recogía la opinión del ciudadano español acerca, entre otros asuntos, de las nuevas tecnologías y la asistencia médica. Al respecto, más del 58% se pronunció en alguna medida de acuerdo con la afirmación de que "en el futuro nos haremos diariamente un chequeo tele-diagnóstico". Aunque en ocasiones las encuestas sobre futuro reflejan más un deseo que una realidad, en este caso, parece que los sujetos que dieron su opinión en la encuesta no iban desencaminados...

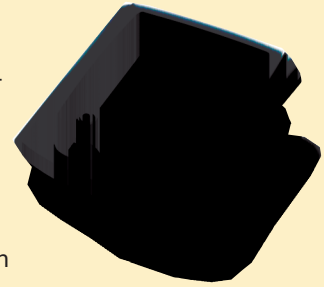
Los fabricantes nos proponen sofisticados artilugios capaces de escanearnos de arriba abajo todos los días para controlar nuestro estado de salud.

Tensiómetros, alcoholímetros, termómetros y básculas que nos miden la grasa y hasta la masa ósea, nos dan el diagnóstico diario de nuestro estado físico para que actuemos en consecuencia...

BC-08, de Beurer

Control en 30 segundos

Es un tensiómetro de muñeca de medición automática y entre sus características cabe señalar: medición en +/- 30 seg, indicador de errores, fecha y hora, gran pantalla LCD, Fuzzy Logic, desconexión automática en un minuto y memoria 2 x 50 mediciones. Incluye estuche y pilas.



TMI-30, de Fagor

Sólo le falta hablar...

Este termómetro digital de oído por infrarrojos ofrece la posibilidad de realizar mediciones de la temperatura comprendidas entre 0°C y 100 °C. Su uso más habitual es como termómetro de oído para la toma de la temperatura corporal, pero también tiene otros usos: temperatura de la leche del biberón, temperatura superficial del agua del baño del bebé, o temperatura ambiente. La tecnología por infrarrojos permite la medición de la temperatura en el oído en sólo 1 segundo. Incorpora alarma en caso de fiebre, con 10 cortos bips. Tiene un diseño ergonómico y memoria de la última medición de temperatura realizada, pantalla de cristal líquido, luz nocturna y apagado automático.



Bodymax, de Monix

Grasas, a raya

Las básculas de baño de MONIX reciben el nombre de Bodymax y conforman una completa gama compuesta por 11 modelos. De entre todos ellos sobresalen la E820, con un innovador sistema de medición del nivel de grasa mediante el método BIA; y la E750, una báscula electrónica con plataforma de cristal y diseño exclusivo. Mide un peso máximo de 160 Kg., con graduación de 100 g.; las pilas, de litio, están incluidas; y tiene desconexión automática y 12 memorias personales con acceso rápido.

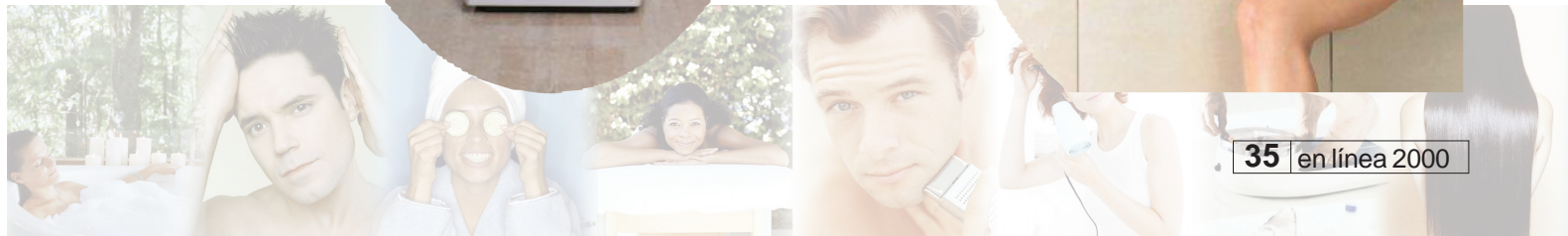


producto

BC-532, de Tanita Escaneado total...

Es como estar monitorizado. El BC-531 Total Innerscan informa sobre el porcentaje de agua corporal, la grasa visceral, peso óseo, metabolismo basal, edad metabólica, masa muscular y complejión física; almacena en memoria la recuperación del peso y del porcentaje de grasa corporal; y cuenta con un modo para atletas y otro para invitados.

La misma empresa comercializa un alcoholímetro que se está vendiendo como rosquillas, se trata del HC-207. Utiliza un sensor de gas, de semiconductores, de alta tecnología, que detecta y mide la concentración de alcohol en la sangre (mg/100 ml); dispone de *display* de LCD; las pilas duran hasta un año (utilizándolo una vez al día); y cabe en un bolsillo.

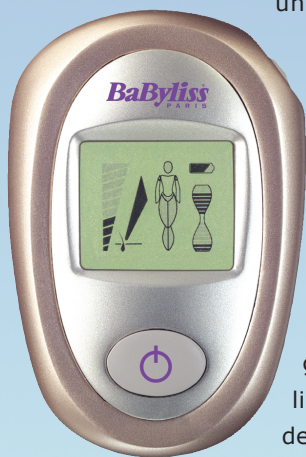


diseño

Que entre por los ojos, el valor del diseño

Es una de las mayores bazas con las que juega el fabricante. Diseños vanguardistas que rebosan modernidad a base de combinar transparencias, -con la incorporación de materiales translúcidos- y contundencias..., -con el acero como elemento clave a la hora de otorgar el toque futurista-, gracias a imaginativas formas, siempre limpias, puras, que invitan a la caricia, y a los acabados, que armonizan brillos y mates en un juego permanente de sobriedad y aire festivo. El color discurre entre la suavidad y la luminiscencia. La diversión y la sorpresa son otros de los elementos que todos buscan... Un sin fin de combinaciones que juegan a inspirar limpieza, frescura, naturalidad, juventud, moda y bienestar. Veamos algunos ejemplos.

Un producto destacable en materia de diseño es, sin duda, la depiladora Electroliss, de Babyliss. Es como un móvil: observen la imagen.



Además utiliza la electrólisis como método depilatorio. Está a la venta en grandes almacenes, hipermercados y tiendas especializadas. Su precio es de 99,90 euros y sus características más destacables: el control electrónico de la duración de los programas; sus 4 programas inteligentes adaptados a cada zona del cuerpo; 8 parches para zonas sensibles; una aguja de precisión;

un variador de intensidad y de tiempo; sistema *one touch* por contacto; reconoce automáticamente el tipo de parche; pantalla LCD de lectura intuitiva; y es recargable, pudiéndose usar con o sin cable.

Los representantes de la empresa Taurus nos han hablado de su política en el diseño, "fusionamos -comentan- en todos nuestros electrodomésticos la tecnología más útil con las tendencias de diseño más innovadoras y funcionales. Taurus siempre conjuga diseño y prac-

ticidad en sus productos, que están pensados para una vida más fácil y cómoda. La gama Alize, por ejemplo, pretende evocar los diseños clásicos de los 60. En esta apuesta Neo-Retro, los secadores Taurus Alize consiguen conciliar atributos profesionales y domésticos al mismo tiempo para transmitir calidad y fiabilidad. Además de un atractivo diseño, el Alize 1800 Ionic incorpora la tecnología Ion Tech."



Otro ejemplo de diseño innovador es la báscula electrónica con plataforma de cristal Bodymax E-750, de Monix, que se nos antoja a primera vista como un divertido marciano en acero inoxidable. Pesa un máximo de 150 Kg;



graduación, 100 g.; incluye pilas de litio; sistema *switch on*; desconexión automática; 2 escalas: Kg. / lb; diseño extraplano con cristal de 8mm de grosor.

En Imetec también nos cuentan sus estrategias con respecto al elemento estético del producto "siempre hemos cuidado los diseños -explica Josep Beltrán- y ha sido una de las banderas de nuestra marca en España. En este momento podríamos destacar el nuevo



diseño

secador Profesional P5-2200. Es un secador de 1950 W con motor AC y que actualiza la gama de los secadores P5 que han sido un éxito de ventas y, posiblemente, uno de los modelos mas vendidos en este segmento de productos."

Un estilizado modelo que juega con brillos y mates en un sobrio tono negro, es el nuevo secador de Palson. Se llama Venus, tiene 2.000 W de potencia y su difusor realiza un agradable masaje al tiempo que seca el cabello. Viene con un cepillo de regalo.

Bellas y elegantes las estrechísimas placas



alisadoras, con puntas redondeadas, pertenecen a la plancha Slim, modelo VS-201-E de Vidal Sassoon. Sus características: control de temperatura variable, temperatura máxima de 150°, indicador de luz encendido/apagado. 220-240 V. 50 Hz. 35 W.



tecnología

Las tecnologías

Glass, con terciopelo, de Babyliss

Babyliss incluye en sus planchas de pelo 2160E y 2161E, la nueva tecnología Glass, con placas de alisado con la superficie extraordinariamente lisa; los bordes de la placa son de terciopelo y preparan el cabello para un alisado óptimo. Hay un modelo para cabellos largos y otro para cabellos cortos.



SoftLift y el masaje de la piel, de Braun

En depilación, Braun incorpora la tecnología SoftLift y su sistema de masajes en 4 direcciones para una depilación más eficaz y suave, y cada vez más cómoda.



Electroblock, de Imetec

Se trata de un sistema de seguridad patentado por Imetec, para evitar los riesgos producidos por contactos con el agua y las superficies húmedas.



tecnología

Total Closeness Technology

La tecnología TCT de las afeitadoras rotativas de Remington hace que sus cabezas flotantes giren 360° para seguir al milímetro el contorno de la cara y estar en constante contacto con la piel, obteniendo de este modo un mejor apurado. Estas afeitadoras también incorporan la tecnología Titanium (cuchillas con revestimiento de titanio), que mantiene las cuchillas afiladas por mayor tiempo, proporcionando un corte más ajustado. Con la tecnología de dos pistas por cabezal -un total de 6 pistas activas- consigue optimizar los resultados en menos pasadas, evitando así la irritación de la piel. La pista exterior, con ranuras más anchas, elimina los pelos más largos; y la pista interior, con ranuras más estrechas, los pelos cortos.



Ion Tech, de Taurus

Los secadores de cabello Fashion Professional 2100 Ionic y Alize 1800 Ionic disponen de la tecnología iónica (Ion Tech) que consigue un secado más rápido, facilita la hidratación y reduce la electricidad estática evitando el encrespamiento del cabello. El Fashion Professional 2100 Ionic se comercializa con un set de accesorios de 8 piezas:

incluye: peine, 2 cepillos, 2 pinzas, neceser, difusor profesional y concentrador de aire de boca estrecha; tiene 2 velocidades y 3 posiciones de temperatura, termostato de seguridad, filtro extraíble, cable de 3 metros, indicador luminoso de función iónica, golpe frío y acabado *soft touch* antideslizante.



◆ Tecnología iónica, qué es y cómo funciona

Los iones son átomos o moléculas que se encuentran en todos los cuerpos y que adquieren una carga eléctrica de signo positivo o negativo según hayan perdido o ganado electrones, respectivamente. En un ambiente natural, todas las moléculas están sometidas a un bombardeo de radiación proveniente de la corteza terrestre. Así, los iones positivos y negativos se encuentran naturalmente en una proporción de cinco a cuatro en una atmósfera equilibrada, e influyen notablemente en nuestra salud y estado psíquico; tanto es así que el desequilibrio iónico del aire hacia un exceso de iones positivos (carga estática) puede llegar a resultar perjudicial para los seres vivos, produciendo alteraciones en el sistema nervioso como fatiga, reducción de la actividad metabólica e incluso contracción capilar. En las ciudades modernas, normalmente existe una desproporcionada carga de iones positivos, debido sobre todo a la contaminación, que tiene la particularidad de destruir los iones negativos. Hoy, los beneficios de los iones negativos en el aire se están aplicando en el sector de acondicionado del aire, pero también han llegado a los pequeños electrodomésticos para el cabello. Pero, ¿qué los hacen diferentes a los secadores convencionales?

Los secadores iónicos, al generar iones negativos (átomos que han ganado un electrón y que, por ello, contienen un alto nivel de energía), son capaces de convertir inmediatamente las moléculas de agua del cabello húmedo en micropartículas tan diminutas que consiguen atravesar la capa externa de aquél llegando hasta la cutícula, restaurando su humedad y haciéndole ganar peso; es decir, los iones de signo negativo humectan la fibra capilar al tiempo que la secan. De este modo, el cabello queda suave, brillante y naturalmente hidratado al restaurar los iones negativos perdidos. Además, la ionización negativa elimina el efecto electrostático (iones con carga positiva) y el estrés sufrido por el cabello, reduciendo los tiempos de secado. Por si esto no fuera suficiente, la ionización negativa tiene un efecto bactericida y desodorante, y reduce el oxígeno activo causante del envejecimiento de la fibra.

Agradecimientos

Nuestro agradecimiento a las empresas que han colaborado en la elaboración de este reportaje, en especial a las personas de contacto que han dedicado su tiempo a contestar a nuestras preguntas y a proveernos de información y material gráfico: **ACNielsen, ARP-Imetec, Brothers Choice, Complex, Dosefes, Fagor, Grupo Gillette, Jata, Medisana, Monix, Palson, Philips, Prophyl Center, River, Silver Sanz y Taurus.**