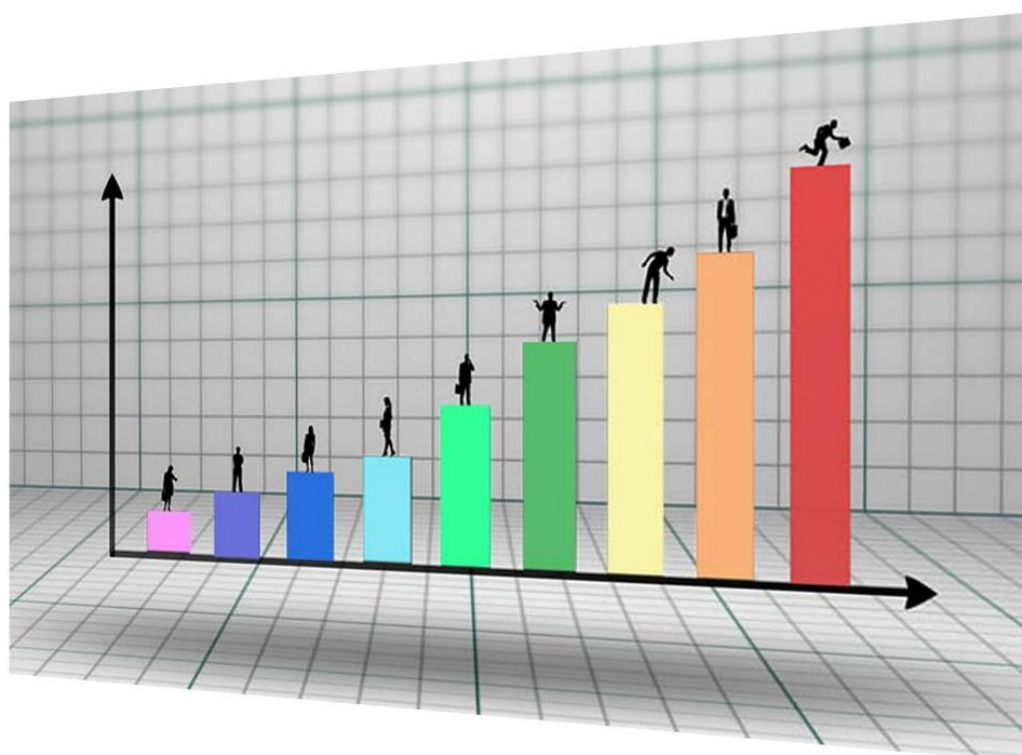


Identificación de tendencias en los sectores económicos de la Comunidad de Madrid **2021**



FAMILIA PROFESIONAL DE IMAGEN PERSONAL

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD

Consejero de Economía, Empleo y Competitividad

Javier Fernández-Lasquetty y Blanc

Viceconsejera de Empleo

Eva María Blázquez Agudo

COORDINACIÓN:

Subdirección General de Análisis, Planificación y Evaluación

Área de Estudios y Planificación

ELABORACIÓN

INFORMACIÓN Y DESARROLLO, S.L. (INFYDE)

Las conclusiones de esta publicación reflejan el punto de vista de los autores y no representan necesariamente la posición de la Comunidad de Madrid.

Identificación de Tendencias en los sectores económicos de la Comunidad de Madrid 2021

Familia Profesional de Imagen personal

Consejería de Economía, Empleo y Competitividad

© Comunidad de Madrid, 2021

Edita

Dirección General del Servicio Público de Empleo

Vía Lusitana, 21. 28025 Madrid. Tel.: 91 580 54 00

Edición: 05/2021

Soporte y formato de edición: publicación en línea en formato pdf

Publicado en España - Published in Spain



Esta versión forma parte de la Biblioteca Virtual de la **Comunidad de Madrid** y las condiciones de su distribución y difusión se encuentran amparadas por el marco legal de la misma.



comunidad.madrid/publicamadrid

ÍNDICE

CAPITULO I: FAMILIA IMAGEN PERSONAL	4
I.1/ PRESENTACION DE LA FAMILIA PROFESIONAL I: IMAGEN PERSONAL	4
I.2/ TENDENCIAS SECTORIALES	6
I.2.1/ TENDENCIAS GENERALES	6
I.2.2/ SELECCIÓN DE ÁREAS DE ESTUDIO Y PRINCIPALES TENDENCIAS EN CADA ÁREA	8
<i>ÁREA 1: MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR</i>	<i>10</i>
<i>ÁREA 2: ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTETICA INTEGRAL.....</i>	<i>12</i>
I.2.3/ TECNOLOGÍAS CLAVE PARA EL DESARROLLO DE LA FAMILIA	14
I.3/ SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MADRID	16
I.3.1/ SITUACIÓN GENERAL DE LA FAMILIA DE IMAGEN PERSONAL EN LA COMUNIDAD DE MADRID	16
I.3.2/ SITUACIÓN ESPECÍFICA DE CADA UNA DE LAS ÁREAS	19
<i>ÁREA 1: MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR</i>	<i>19</i>
<i>ÁREA 2: ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTETICA INTEGRAL.....</i>	<i>21</i>
I.4/ PERFILES PROFESIONALES.....	23
I.4.1/ LAS OCUPACIONES PRINCIPALES DE CADA PERFIL PROFESIONAL.....	26
I.4.2/ LAS CUALIFICACIONES, COMPETENCIAS Y HABILIDADES PROFESIONALES DE CADA PERFIL PROFESIONAL	28
I.5/ CONCLUSIONES	31

CAPITULO I: FAMILIA IMAGEN PERSONAL

I.1/ PRESENTACION DE LA FAMILIA PROFESIONAL I: IMAGEN PERSONAL

El sector de imagen personal engloba todos los conceptos vinculados a **la estética, al bienestar**, tanto físico como mental, y a **la salud**. En este contexto, el sector incluye no solo las actividades que mejoran la apariencia física (el cabello, la piel, el vestuario), el estado físico de las personas, sino también las que incrementan el bienestar. Por lo tanto, **las actividades** del sector están orientadas al **cuidado personal, la estética, el estilismo, las actividades físicas para el bienestar o las terapias alternativas**.

Además, las tendencias de consumo relacionadas con la salud, el bienestar y la belleza han impulsado el crecimiento de la industria de cosmética y estética y el sector del bienestar en los últimos años. Todo ello, junto con la preocupación creciente de las personas por su apariencia física y su estado de salud han fomentado de forma importante las actividades vinculadas a la imagen personal.

En este contexto, durante los últimos años el bienestar se ha convertido en una parte integral del estilo de vida que está cambiando los hábitos de consumo y los mercados. Este segmento del mercado continuará creciendo rápidamente. Según el Global Wellness Institute (GWI), el mercado del bienestar, que abarca actividades desde gimnasios hasta spas, está valorado actualmente en **4.2 billones dólares**, y *ha crecido un 12.8%* en los últimos dos años. La industria representa el **5,3% de la producción económica mundial**.

Respecto a la industria de la cosmética y de la perfumería, según la Asociación Española de Perfumería y Cosmética ([STANPA](#)), en España el sector **ha crecido un 2% en el año 2018** por cuarto año consecutivo. Además, España se sitúa como el **2º exportador mundial** de perfumes en 2018. A este respecto, *se han exportado 770 millones unidades* y se han



consumido 1.280 millones de unidades. En cuanto al consumo por categorías de producto en 2018, los productos del *cuidado de la piel* representan un **28%** del total, el *cuidado personal* un **24%**, *perfumes* un **20%**, el *cuidado del cabello* un **18%** y la *cosmética del color* **10%**. En términos de empleo, se han generado 39.000 empleos de forma directa y 250.000 empleos de forma indirecta.

Al analizar las tendencias principales, en el marco del sector de la cosmética y la estética, las fuentes estudiadas señalan que cada vez toma más fuerza la cosmética natural, elaborada con productos naturales y orgánicos, con tratamientos en base a suplementos nutricionales para mejorar la piel.

También, se observa una mayor personalización en los tratamientos y servicios, por un lado, *surgiendo de los consumidores que demandan tratamientos y experiencias exclusivas de sus necesidades*. Por otro lado, las mejores marcas de belleza en el mundo están aplicando *las nuevas tecnologías para personalizar* el análisis del cuidado de la piel y las recomendaciones al monitorear el estado de la piel. Por tanto, permitiendo a las marcas ofrecer tratamientos innovadores y adaptados a las necesidades únicas de cada consumidor. De forma similar, los avances tecnológicos han dado lugar a la mayor digitalización del sector, y cabe destacar la aparición de "consumidores digitales" y el crecimiento del e-commerce, que se prevé que continúe creciendo en tamaño e influencia en los próximos años.

La mejora del bienestar se está convirtiendo en un estilo de vida. En este contexto, se destacan tendencias crecientes hacia la importancia de la salud mental o la denominada "inteligencia emocional"; un mejor sueño adaptado al ritmo circadiano de la persona; una nutrición activa y personalizada basada en el genoma humano, etc.



I.2/ TENDENCIAS SECTORIALES

I.2.1/ TENDENCIAS GENERALES

En cuanto a las grandes orientaciones definidas durante el análisis bibliográfico, se han identificado **7 tendencias generales** para el conjunto de la Familia de Imagen personal. Estas tendencias se contrastaron con los agentes del sector, en primer lugar, durante las entrevistas individuales y posteriormente, en las mesas de trabajo.

Tabla 1. Tendencias generales de la Familia I: Imagen Personal.

TENDENCIAS GENERALES DE LA FAMILIA I: IMAGEN PERSONAL	
TENDENCIAS	DESCRIPCIÓN
I.1. Bienestar, belleza y tecnología: Repensar la relación	<p>En la intersección de la tecnología, el bienestar y la belleza, el mercado se ha llenado de innovaciones en términos de nuevos tratamientos desde el cuidado adaptativo de la piel a los últimos tratamientos de pérdida de cabello.</p> <p>En términos del bienestar mental, el mercado se observa el auge de la integración de aplicaciones tecnológicas para el cuidado virtual, wearables, chatbots y otras innovaciones futuristas, que se están convirtiendo en una corriente principal.</p> <p>Por lo tanto, la mayor aplicación de IA, IoT y otras tecnologías en la industria de la belleza y el bienestar se están moviendo hacia las tendencias: Personalización, Revolución digital e Inteligencia Artificial.</p>
I.2. Natural y sostenible – “Cuidar el planeta”	<p>La mayoría de las marcas están cada vez más preocupadas por la producción sin desperdicio y sin agua, y los consumidores demandan tratamientos más sostenibles y orgánicos. Sin embargo, ya no es suficiente decir simplemente que el producto es sostenible; los clientes quieren transparencia y quieren que las marcas demuestren cómo están trabajando en el tema de la sostenibilidad. Por lo tanto, las marcas están buscando varias formas de ser más sostenibles, desde la perspectiva del producto o del empaquetado. La producción de productos orgánicos no es suficiente, además debe empaquetarse en materiales ecológicos.</p>
I.3. Nueva revolución de distribución de cosmética	<p>Ha habido una revolución en los canales de distribución de la cosmética, de los habituales grandes almacenes hacia los nuevos canales de distribución. Distribuidores como Sephora, Ultra, Mac, etc., están desdibujando las líneas entre el prestigio y el "masstige", pero hay muchos minoristas alternativos que se han expandido rápidamente hacia la distribución de belleza en el sector, que se caracteriza por altos márgenes y bajas barreras de entrada.</p>



TENDENCIAS GENERALES DE LA FAMILIA I: IMAGEN PERSONAL	
TENDENCIAS	DESCRIPCIÓN
I.4. Segmento masculino en crecimiento	Mayor incorporación de hombres al mercado de productos cosméticos, al estar cada vez más preocupados por su imagen personal, ampliando la gama de productos para el cuidado de la piel, enjuague facial, tóner, etc. Las marcas de belleza aprovechan esta oportunidad para aumentar su gama de productos masculinos. Como resultado, el cuidado de la piel de los hombres es uno de los segmentos de belleza de más rápido crecimiento en el mundo.
I.5. Salud y Belleza convergerán aún más	En los próximos años, la convergencia entre la salud y la belleza continuará, y habrá un aumento de la belleza impulsada por el bienestar. Este movimiento es impulsado por la conciencia del consumidor de que la salud y el bienestar internos tienen efectos positivos en la belleza externa. En 2020, se prevé que la salud mental se convertirá en un foco más importante para las marcas de belleza, especialmente dirigidas a los <i>millennials</i> (denominados "la generación ansiosa") y Gen Z.
I.6. Un cambio de enfoque en el cuidado de la piel y del antienvejecimiento	La priorización de la salud y el bienestar ha cambiado de forma importante el mercado. La generación 60+ está envejeciendo de forma radicalmente diferente que las generaciones anteriores. Con una mayor longevidad y una riqueza sustancial, se centran en la belleza, la salud, el bienestar y la nutrición. Múltiples industrias se dirigen a las personas mayores con diseño de productos impulsados estéticamente y creados con una demanda específica de la población que envejece en múltiples categorías, que incluyen fitness, alimentos, tecnología, belleza y viajes.
I.7. Asesor de imagen o "Stylist-Driven AI"	Aumento de la demanda de servicios de asesoramiento de imagen y personal shopper. Se trata de un conjunto de servicios, desde el cabello hasta los complementos y accesorios de un outfit total, prestados a través del conocimiento de los aspectos de asesoría de imagen y personal shopper, analizando e identificando las últimas tendencias relacionadas con el estilismo, moda, estética y etc. En este contexto, cabe destacar que, hoy en día, el concepto de asesoría de imagen y personal shopper ha dejado de ser presencial, impulsado por el crecimiento del comercio electrónico, e-marketing y tiendas online, observándose una creciente oferta de servicios online.

Fuente: Elaboración INFYDE



I.2.2/ SELECCIÓN DE ÁREAS DE ESTUDIO Y PRINCIPALES TENDENCIAS EN CADA ÁREA

Como resultado de estas tendencias, se han seleccionado las siguientes áreas de estudio. Estas áreas de estudio han sido consideradas debido al gran potencial de desarrollo que presentan a futuro. Asimismo, se ha considerado que las tendencias principales de la familia “Imagen personal” van a incidir en una mayor medida sobre ellas. De esta manera, las siguientes áreas se consideran interesantes para el estudio.

Mantenimiento físico y bienestar

Asesoramiento de imagen y estética integral

MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR

Esta área de estudio es el resultado de las tendencias que indican: la creciente importancia de la salud y el bienestar integral, la nutrición activa y personal y la tendencia de convergencia entre la belleza y la salud. De la misma forma, han aumentado el número de los centros dedicados exclusivamente al bienestar y se observa el auge del bienestar virtual.

Cabe destacar que las tendencias medioambientales están teniendo gran impacto en la salud y, por ello, se puede hablar de cierta transversalidad de los ámbitos medioambientales y de la salud que está impulsando las tendencias hacia la vida saludable y la importancia creciente del bienestar.

Por otro lado, la mayor longevidad y poder adquisitivo está cambiando el foco al bienestar integral, la salud, la belleza y la nutrición. Todo ello está creando una demanda específica de múltiples categorías, que incluyen bienestar mental y física, belleza natural, nutrición saludable etc.

Por último, los avances tecnológicos e innovaciones futuristas llevan a repensar la relación entre la tecnología y el sector de estética, salud y bienestar. Se están creando nuevas formas de trabajar y comunicar, generando nuevas oportunidades y nichos en el sector.



ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTETICA INTEGRAL

En general, el cuidado de la imagen personal ha experimentado una tendencia creciente a lo largo de los años, si hablamos en términos de mercado. Por tanto, esta área probablemente se centra más bien en cómo cambiará la imagen personal y lo que la define. En este contexto, la preocupación en aumento de las personas por su apariencia física junto con la importancia creciente de la salud y los avances tecnológicos han fomentado de forma importante las tendencias vinculadas a la imagen personal.

Entre las principales fuerzas impulsoras de los cambios cabe destacar cómo la tecnología está incidiendo sobre la personalización y digitalización, sobre una revolución de la distribución en la industria de belleza, e incluso sobre la aparición de asistentes personales impulsados por la Inteligencia Artificial (IA).

También cabe destacar que la priorización de la salud ha dado lugar a la demanda de ingredientes orgánicos y productos más beneficiosos, lo que a su vez también ha influido significativamente en el sector de la belleza y el bienestar, llevando a la convergencia entre la belleza y la salud.

Por consiguiente, se puede observar que la imagen personal ha dejado de estar vinculada solo al estilismo, vestuario y maquillaje, y está derivando hacia un concepto más integral que incluye las actividades vinculadas a la industria de la belleza integral y a la medicina estética.



ÁREA 1: MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR

Dentro del área 1: **mantenimiento físico y bienestar** se han identificado 7 tendencias específicas que también se contrastaron en las entrevistas y mesas de trabajo.

Tabla 2. Principales tendencias del Área 1: Mantenimiento físico y bienestar.

PRINCIPALES TENDENCIAS DEL ÁREA 1: MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR	
TENDENCIAS	DESCRIPCION
1.1. Aumento de centros dedicados en exclusiva al bienestar	A nivel internacional están proliferando centros dedicados en exclusiva al bienestar, incluyendo los tratamientos y los centros de cuidado personal que incluyan a todos los profesionales implicados en un solo lugar. En los últimos años se observa un número creciente de locales dedicados a la salud integral y el bienestar.
1.2. Mayor integración de las tecnologías en la salud mental.	La salud mental se está moviendo mucho más allá de la visita al psicólogo. Los avances tecnológicos han llevado la terapia al mundo digital a través de los ordenadores portátiles y las aplicaciones móviles. Todo ello permite incluir un paquete de productos y servicios de bienestar. Las personas conocedoras de la tecnología utilizan cada vez más aplicaciones de terapia virtual y grupos de apoyo digital para combatir problemas modernos.
1.3. Salud circadiana: sincronización de hábitos con el reloj interno	Hay un nuevo enfoque en la optimización de la salud circadiana no solo para dormir sino para todos los sistemas cerebrales y corporales controlados por el reloj circadiano. Implica que el tiempo de la biología se convertirá en algo necesario para medir y gestionar, y la luz será una parte central de cualquier solución.
1.4. El CBD (cannabidiol) está en auge	El CBD ya no se dirige solo a tratar el dolor; a medida que más personas lo usan, están descubriendo formas completamente nuevas de aplicarlo, por ejemplo, como parte de la rutina del cuidado de la piel. Pero también está ganando popularidad como ayuda para dormir, mediante infusiones y otros productos relajantes y desestresantes, y además se está utilizando ya en tratamientos de spa.
1.5. Nutrición activa y personal. Nuevos canales de distribución	La nutrición saludable no es algo nuevo, pero se observa una tendencia de programas de nutrición personalizados que se basan en el ADN. Es decir, el genoma puede proporcionar información sobre qué dieta personalizada permite priorizar las necesidades del cuerpo en nutrición.



PRINCIPALES TENDENCIAS DEL ÁREA 1: MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR	
TENDENCIAS	DESCRIPCION
1.6. El creciente mercado del turismo ligado al bienestar	La creciente importancia del bienestar y de la salud en general también se refleja en el sector turístico, en el sentido de que cada vez más turistas eligen destinos basados en la oferta de bienestar o que incorporan elementos de bienestar en su viaje. En particular, la creciente clase media y el mayor ingreso disponible están permitiendo un enfoque cambiante en cuanto al bienestar. Un número cada vez mayor de viajeros de negocios y de placer valoran la comida sana, la forma física y el equilibrio entre la mente y el cuerpo, motivo del progresivo aumento de este nicho turístico.
1.7. Auge del bienestar virtual	Con un mayor enfoque en el bienestar personalizado, la inteligencia artificial (IA) y los programas de bienestar están liderando el mundo del bienestar basado en datos. La realidad virtual se integrará aún más en el spa. La oportunidad de crear experiencias únicas y usar IA para crear tratamientos nuevos aumentará este mercado. Se está conduciendo a las clases virtuales de aptitud física (individual y grupal) que permite una experiencia personalizada con lo mejor de todo el mundo en entrenadores y clases, para que cualquiera pueda beneficiarse de un gran entrenamiento, cuando y donde quiera.

Fuente: Elaboración de Infyde



ÁREA 2: ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTÉTICA INTEGRAL

Similar a lo anteriormente señalado, las principales tendencias vinculadas al área 2 “Asesoramiento de imagen y estética integral” han sido consensuadas, mediante las entrevistas en profundidad y las mesas de trabajo. Como resultado de dicho trabajo se **han identificado** un total de **5 tendencias específicas**, que se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 3. Principales tendencias del Área 2: Asesoramiento de imagen y estética integral.

PRINCIPALES TENDENCIAS DE ÁREA 2: ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTÉTICA INTEGRAL	
TENDENCIAS	DESCRIPCION
2.1. Aumento en tratamientos personalizados	La industria de la belleza en particular ha adoptado la tendencia de la personalización, brindando a los consumidores envases personalizados, maquillaje propio, cuidado de la piel y muchas otras fórmulas personalizadas. Todo ello impulsado por: (a) el cambio de hábitos de consumo y aumento de la demanda de productos adaptados a las necesidades individuales, buscando la personalización de las experiencias; (b) e-commerce con el aumento de consumidores digitales; (c) los avances científicos, en particular la ciencia genómica que permiten recomendar y formular soluciones de belleza totalmente personalizadas en función del papel de los bio-marcadores y los factores ambientales; (d) los avances tecnológicos, como los dispositivos de diagnóstico inteligentes, que facilitan la recopilación de datos a gran escala y el análisis de métricas de consumo individuales.
2.2. Aumento de tratamientos y productos orgánicos	La creciente conciencia sobre el cuidado ambiental y los efectos nocivos de los ingredientes químicos en la piel está llevando a una demanda creciente de tratamientos orgánicos y cosméticos. Sin embargo, la tendencia "orgánica" va mucho más allá de solo ser orgánico, se enfoca cada vez más en la sostenibilidad y su trazabilidad. Todo ello está conduciendo a las tendencias hacia la integración de nuevos ingredientes en productos cosméticos como ingredientes anticontaminación y probióticos. Además, más marcas se están moviendo hacia cosméticos sin residuos, sin agua y seguros para los arrecifes, lo que lleva a la llamada tendencia de "belleza azul".
2.3. Segmento creciente de consumidores digitales	La belleza se enfrenta a un aumento en el consumismo digital impulsado por una mayor aplicación de tecnologías, el creciente número de consumidores de la generación Z y <i>Millennials</i> que prefieren comprar online y siguen las recomendaciones de aplicaciones e imágenes reales de belleza al comprar productos cosméticos.



PRINCIPALES TENDENCIAS DE ÁREA 2: ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTÉTICA INTEGRAL	
TENDENCIAS	DESCRIPCION
2.4. Auge de medicina estética	El crecimiento de la tecnología en la industria de la belleza, la demanda de tratamientos de belleza y la medicina estética están en aumento en todo el mundo. El aumento de los procedimientos no invasivos se debe a los buenos resultados, por lo que la apariencia física de una persona pueda mejorarse drásticamente sin tener que pasar por el quirófano. La medicina estética ya no es exclusiva para personas adultas, existe una tendencia entre los jóvenes, que han desarrollado un gran interés y compromiso con el cuidado de la piel.
2.5. Auge en los procedimientos prejuvenecimiento	Los cambios físicos provocados por el envejecimiento son objeto de preocupación e interés en lo que respecta a soluciones desde el ámbito de la imagen personal. En este contexto, las innovaciones tecnológicas y las investigaciones médicas orientadas a la medicina estética han contribuido al auge de los tratamientos no quirúrgicos, en particular, el rejuvenecimiento facial mínimamente invasivo (lifting y minilifting). Además, se observa una tendencia emergente en lo que se conoce como "prejuvenecimiento" que se está volviendo cada vez más popular entre la Generación Z (joven entre 20-30 años aproximadamente) que se orienta hacia medidas preventivas para reducir los primeros signos de envejecimiento.

Fuente: Elaboración de Infyde



I.2.3/ TECNOLOGÍAS CLAVE PARA EL DESARROLLO DE LA FAMILIA

Una parte importante de **las tendencias** identificadas en el proceso de análisis **vienen generadas por los cambios tecnológicos e innovaciones**.

Cabe mencionar que, en términos generales, el sector de imagen personal como actividad de servicios no es un sector tan intensivo en capital (infraestructura), sino más bien un sector intensivo en personal. Teniendo en cuenta la diferente intensidad tecnológica dependiendo del segmento de actividad dentro de la imagen personal (imagen personal más vinculada a tratamientos derivados de la medicina, y otros vinculados a la moda), cabe destacar los siguientes tres grupos de tecnologías con mayor impacto en el sector:

- 1) Tecnologías digitales (TIC)
- 2) La Inteligencia Artificial y Realidad Aumentada
- 3) Aparatología estética

En cuanto a la primera, es un tema transversal y se aplica a todos los sectores, y las tendencias identificadas destacan mucho la dinamización de digitalización en un sector que exige la **rápida adaptación** a través de implementación de nuevas **herramientas y tecnologías digitales** y adaptación a **una nueva forma de trabajar online**. En este sentido, estas tecnologías están vinculadas principalmente a los softwares digitales para citas, aplicaciones que permiten teleasistencia, aplicaciones para comercio digital, e-marketing y análisis de datos de redes sociales.

En cuanto a la segunda, cabe destacar que la integración de **la inteligencia artificial (IA), de aplicaciones de realidad aumentada (RA)** y de otras tecnologías inteligentes están en auge; si bien, dado que las empresas del sector de imagen personal son principalmente **PYMEs o incluso microempresas**, su implementación **se vuelve muy costosa**. Es por ello, probablemente la amplia integración de estas tecnologías se pueda ver en el futuro a largo plazo, y que por el momento tenga buen potencial especialmente para las grandes empresas que se pueden permitir tal inversión.

Por último, es importante resaltar que **el uso de aparatología estética** es una tendencia en auge con un gran potencial de desarrollo en los próximos años.



Esta nueva metodología se compone de aparatología de todo tipo, que permiten realizar sofisticados tratamientos, que van desde la reducción de grasa hasta la depilación definitiva.

Además, en el contexto de tecnologías clave ligadas a la Familia de Imagen personal, se han identificado las siguientes tecnologías que inciden en las tendencias previamente mencionadas:

Tabla 4. Tecnologías para el desarrollo de la Familia I: Imagen personal.

	MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR	ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTÉTICA INTEGRAL
Cambios sociales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Food security ✓ Healthy ageing ✓ Sport integrity 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Healthy ageing
Salud	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nanosensor Medical ✓ Personalised medicine 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Anti-ageing medicine ✓ Regenerative medicine
TIC	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Digital mirror ✓ DNA digital data storage 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 5G mobile network ✓ Digital mirror ✓ Big Data ✓ Augmented reality displays

Fuente: Elaboración de Infyde a partir de los datos de la Plataforma TIM



I.3/ SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MADRID

I.3.1/ SITUACIÓN GENERAL DE LA FAMILIA DE IMAGEN PERSONAL EN LA COMUNIDAD DE MADRID

El análisis de la situación del sector de la imagen personal en la Comunidad de Madrid se ha realizado a partir del análisis documental y se ha complementado con los resultados del trabajo de campo (entrevistas individuales).

En cuanto a los datos del sector¹, el número de **empresas en** el sector alcanzó unas **6.368** en 2019, de las cuales las **peluquerías** y empresas que realizan **otros tratamientos de belleza** representan el mayor peso (**98,3%**), y el resto de las empresas se dedican a las actividades vinculadas al **mantenimiento físico**. Respecto a los planes y estrategias directamente vinculadas al sector, según los resultados de la **revisión documental** y el **trabajo de campo, no se han identificado** planes y programas en el ámbito de bienestar, estética, cosmética, imagen personal, peluquería **a nivel de la Comunidad**. Esto se debe a que el sector de imagen personal es un sector estrechamente vinculado a otros sectores como **el sector de actividades deportivas**, que promueve las actividades de mantenimiento físico y bienestar, y de la misma forma **el sector de hostelería y turismo** que promueve actuaciones ligadas al turismo de bienestar. Por lo tanto, los aspectos de imagen personal de manera indirecta están tratados en otras familias profesionales del estudio actual.

Las tablas a continuación proporcionan una descripción genérica de la situación en el sector de imagen personal para cada una de las tendencias identificadas y consensuadas anteriormente (I.2.1. grandes tendencias y I.2.2. tendencias específicas de cada área de estudio).

Tabla 5. Situación de la Comunidad de Madrid a partir de las tendencias de la Familia I: Imagen Personal.

¹ Instituto de estadística de la Comunidad de Madrid. Accesible desde: Árbol Temás (madrid.org)



SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MADRID A PARTIR DE LAS TENDENCIAS DE LA FAMILIA I: "IMAGEN PERSONAL"

TENDENCIAS GENERALES	SITUACIÓN PARA LA COMUNIDAD DE MADRID
<p>1. Bienestar, Belleza y Tecnología: Repensar la relación</p>	<p>Además de su propósito fundamental de mejorar la apariencia, la higiene o la calidad de la vida, la industria cosmética y del bienestar es un área estrechamente vinculada a la tecnología y la innovación. A su vez, esta relación se convierte en uno de los principales retos, por un lado, para los laboratorios y las empresas, en el sentido de que la integración de las nuevas tecnologías e innovaciones es costosa y se tarda tiempo y además estas tecnologías se desarrollan más rápidamente de lo que la industria puede adaptarse. Por otro lado, todo ello crea retos para las entidades reguladoras de la industria de cara a establecer nuevas medidas para la certificación de los productos, la seguridad de los tratamientos etc.</p>
<p>2. Natural y sostenible – "cuidar el planeta"</p>	<p>La aparición del consumidor consciente demanda no solo productos saludables, sino que también apuestan por productos sostenibles que sean mejores para el medio ambiente y la sociedad. En este contexto, cabe destacar que la creciente generación de los "millennials" y Gen Z están dispuestos a pagar más por productos sostenibles. Y eso implica procesos ecológicos desde el 'packaging' a la eficiencia energética y de agua, al uso de ingredientes sin elementos tóxicos etc.</p> <p>STANPA, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, también destaca el compromiso con las actividades de I + D relacionadas con la sostenibilidad, el bienestar y la calidad que llevan a cabo las empresas del sector y una mayor conciencia de la importancia de su contribución para mejorar la calidad de vida de la sociedad y los consumidores. El cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad es de suma importancia para la industria cosmética europea y española; la rápida reducción en el uso de micro plásticos es muestra de ello y también la capacidad para cambiar complejos sistemas de producción en un tiempo récord. Uno de los ejemplos es la reducción del 97,6% de microesferas de plástico sustituidas y eliminadas en productos de aclarado a nivel europeo.</p>
<p>3. Nueva revolución de distribución de cosmética</p>	<p>La rápida digitalización y la aparición de nuevas formas de distribución de productos cosméticos están cambiando el mercado de la belleza. En este sentido, el reto es la rapidez en los procesos de producción y en las redes de distribución que hace que las marcas avancen hacia una mayor digitalización de sus redes de distribución (plataformas digitales, redes sociales etc.). Por otro lado, muchas marcas están lanzando colaboraciones con influencers y celebridades en el desarrollo de productos y su distribución. En este sentido, según "Elite Daily" el 42% de los millennials indican que tienen este aspecto como referencia en cuanto a sus decisiones de consumo.</p>
<p>4. Segmento masculino en crecimiento</p>	<p>El tamaño de la industria del cuidado de la piel para hombres va a crecer significativamente. En este contexto, se destacan algunos retos a los que se enfrentan las marcas para ser competitivas con relación a este segmento. La comercialización, el empaquetado y la marca de la gama de cuidado personal se asociaban fundamentalmente a la belleza femenina, por eso surge la necesidad de "repensar" el diseño y la publicidad para adaptarlo al mercado masculino. Además, el cuidado personal masculino se encuentra en un punto de inflexión, al requerir del lanzamiento de productos asociados a nuevos nichos de mercado como el de las ofertas veganas, orgánicas y totalmente naturales, atendiendo así a un mercado que hasta ahora era mayoritariamente de consumidoras femeninas.</p>



SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MADRID A PARTIR DE LAS TENDENCIAS DE LA FAMILIA I: "IMAGEN PERSONAL"	
TENDENCIAS GENERALES	SITUACIÓN PARA LA COMUNIDAD DE MADRID
5. Salud y Belleza convergerán aún más	El creciente vínculo entre la belleza y el bienestar ha cambiado el enfoque del cuidado de la piel y ha dado lugar a la aparición de tendencias como K-Beauty (se refiere al cuidado de la belleza coreana que consiste en 10 pasos del cuidado de la piel), Well-aging, J-Wellness (se trata del estilo de vida y el bienestar japonés). Cabe señalar, que dichos mercados son los de más rápido crecimiento, y las marcas de belleza occidentales se están inspirando cada vez más en los rituales de belleza asiáticos para la innovación, la personalización, a la generación de cosméticos saludables y ecológicos con un mejor cuidado de la piel.
6. Un cambio de enfoque respecto al cuidado de la piel y antienvjecimiento	En cuanto al cuidado de la piel y antienvjecimiento vinculado sobre todo a los tratamientos y las técnicas de medicina estética. En este sentido, se destacan principalmente el reto de la seguridad de la paciente vinculada al profesionalismo (no chaluquera medico puede hacerlo, se necesita una formación específica) la seguridad derivada de los tratamientos de aplicación.
7. Asesor de imagen o "Stylist-Driven AI"	El reto al que se enfrentarán los profesionales y las empresas de imagen personal y personal <i>shoppers</i> estará vinculado, no al riesgo de que la Inteligencia Artificial pueda reemplazarlos, pero sí afectará su capacidad para combinar el asesoramiento personal experto con las habilidades y beneficios de la IA. Además, la imagen personal se está integrando a todas las esferas de la belleza, cuando la belleza y el bienestar se vuelven más integrales, existe la necesidad de construir una colaboración y una red sólidas con otras áreas relacionadas con la moda, el peinado, el maquillaje, la estética, etc.

Fuente: Elaboración de Infyde



I.3.2/ SITUACIÓN ESPECÍFICA DE CADA UNA DE LAS ÁREAS

ÁREA 1: MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR

Cómo se mencionó anteriormente, a continuación, se muestra una tabla resumen sobre la situación del área “Mantenimiento físico y bienestar”, enfocándose en los retos del sector para cada una de las tendencias específicas dentro del área.

Tabla 6. Situación Específica del Área 1: Mantenimiento físico y bienestar.

SITUACIÓN ESPECÍFICA DEL ÁREA 1: MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR	
TENDENCIAS	SITUACIÓN PARA LA COMUNIDAD DE MADRID
1. Aumento de centros dedicados en exclusiva al bienestar	Un número cada vez mayor de centros de bienestar y una demanda de tratamientos integrales, hacen que este mercado sea muy atractivo y competitivo. Sin embargo, uno de los principales desafíos a los que se enfrentará el sector es que, con el avance de la tecnología, surge el requisito de mano de obra cualificada. En la industria de servicios, especialmente en el campo de la salud y el bienestar, no hay sustituto para el toque humano.
2. Mayor integración de las tecnologías en la salud mental.	Las aplicaciones móviles, las herramientas digitales para la gestión y el seguimiento de los pacientes, el análisis de la información mediante big data están, por un lado, dando lugar a nuevas formas de trabajar para los profesionales de la salud mental. Por otro lado, esto implica cierta necesidad de formación vinculada a las tendencias del uso de dichas tecnologías: la terapia online, intervenciones a través de internet para tratamientos (por ejemplo, monitorización online de los pacientes a través de gadgets), creciente número de plataformas digitales para los profesionales de la salud.
3. Salud circadiano: sincronización de hábitos con el reloj interno	El ritmo circadiano está influenciado por los genes, por nuestro estilo de vida, incluida la dieta, por la exposición a la luz artificial, así como por nuestro trabajo activo. Sin embargo, a pesar de la creciente tendencia e interés en ello, todavía se sabe poco sobre cómo este afecta al riesgo de adquirir ciertas enfermedades. Se necesita más investigación sobre los efectos potencialmente significativos para la capacidad del ritmo corporal y sobre cómo seguir los ciclos de manera efectiva.
4. El CBD (cannabidiol) está en auge	A pesar de que muchas investigaciones a nivel mundial defienden que el CBD puede ser beneficioso para una variedad de problemas de salud, y del hecho de que crezca su aplicación en la belleza y el bienestar, hay que destacar dos principales retos vinculados a su uso: (i) la calidad y la dosificación, y (ii) la claridad de legalidad comercial del cannabidiol que sigue siendo confusa a día de hoy a nivel internacional.



SITUACIÓN ESPECÍFICA DEL ÁREA 1: MANTENIMIENTO FÍSICO Y BIENESTAR	
TENDENCIAS	SITUACIÓN PARA LA COMUNIDAD DE MADRID
5. Nutrición activa y personal. Nuevos canales de distribución	<p>En cuanto a la tendencia hacia una nutrición activa, saludable y sostenible, es importante señalar que los consumidores no solo buscan una dieta saludable, sino que también requieren transparencia en la información alimentaria y la trazabilidad de los ingredientes, etc. Además, la aparición de los nuevos canales de distribución (como minoristas de vitaminas, marcas de belleza y bienestar, máquinas expendedoras etc.) requieren de esfuerzos adicionales (en términos de tiempo, adquisición de máquinas y aprendizaje) para adaptarse a las demandas de transparencia y trazabilidad..</p>
6. El creciente mercado del turismo ligado al bienestar	<p>Dado que el turismo de bienestar ha evolucionado rápidamente, el sector ha de reaccionar a tiempo para mantenerse competitivo e innovador. En este sentido, las últimas tendencias hacen que el sector del turismo de bienestar tenga en cuenta los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar nuevas adquisiciones para mejorar las ofertas de salud y bienestar. • Mayor digitalización del sector y nuevas formas de marketing, ventas etc. • La necesidad de crear experiencias ya que los consumidores ven cada vez más las vacaciones como una oportunidad para el bienestar • Aumentar la capacidad de ofrecer un nexo de viaje, trabajo y bienestar.
7. Auge del bienestar virtual	<p>La mayor interacción de la IA, el estilo de vida urbano y la generación de los millenials y la Gen Z están conduciendo al aumento de la demanda de asistentes virtuales en bienestar y belleza. En este contexto, los retos están vinculados a los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificación profesional de coach personal de bienestar (aspectos físicos, mentales y emocionales) • Necesidad de aumentar las competencias digitales tales como: gestión de bases de datos CRM, gestión de redes sociales, e-Course y programas online: configuración y gestión digital, soporte de estrategia online: asesoramiento y orientación, etc. • Implementación de nuevos modelos y herramientas de comunicación.

Fuente: Elaboración de Infyde



ÁREA 2: ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTÉTICA INTEGRAL

Siguiendo la misma estructura, a continuación, se muestra una tabla resumen sobre la situación del área “Asesoramiento de imagen y estética integral”, enfocándose en los retos del sector para cada una de las tendencias específicas dentro del área.

Tabla 7. Situación específica del Área 2: Asesoramiento de imagen y estética integral.

SITUACIÓN ESPECÍFICA DEL ÁREA 2: ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTÉTICA INTEGRAL	
TENDENCIAS	SITUACIÓN PARA LA COMUNIDAD DE MADRID
<p>1. Aumento en tratamientos personalizados</p>	<p>Desde la inteligencia artificial, a la realidad aumentada y al análisis de ADN, la industria de la belleza está cada vez más impulsada por la tecnología y una de las mayores satisfacciones que darán dichos avances será la posibilidad de llevar la personalización respondiendo a las necesidades de los consumidores de manera más efectiva y eficiente.</p> <p>Por tanto, esta mayor personalización será un área esencial en el desarrollo de las marcas de belleza, que se puedan adaptar a las necesidades individuales ya que los consumidores esperan que las marcas les traten como individuos, no como segmentos. Todo ello implica un reto para que las marcas puedan proporcionar tratamientos y asistencia altamente personalizados. Pero, además, el objetivo no es solo un producto personalizado, sino una experiencia. En otras palabras, hay que concentrarse en las emociones y en los valores de los consumidores.</p> <p>Asimismo, es importante la disponibilidad de productos y asistencia “en cualquier lugar”: la capacidad de responder en cualquier momento y en cualquier lugar. Especialmente, dado el auge de los consumidores digitales, crece la importancia de estar presente en aplicaciones digitales, redes sociales, eventos, etc.</p> <p>Basado en estas claves, el concepto de tienda se ha transformado en un lugar con poco producto donde el cliente puede hablar, confiar y encontrar soluciones.</p>
<p>2. Aumento de tratamientos y productos orgánicos</p>	<p>En este contexto, uno de los principales retos para el sector es la sostenibilidad, impulsado también por la aparición del “consumidor consciente” que requiere trazabilidad en lo referido a la sostenibilidad desde un enfoque del ciclo de vida completo del producto. Cabe señalar que la creciente generación de los “millennials” y Gen Z están dispuestos a pagar más por productos sostenibles. Y eso implica procesos ecológicos desde el ‘packaging’ (hechos con material reciclado, reciclable o biodegradable) a la eficiencia energética y de agua (consumo Km0, baja huella hídrica y de carbono, etc.) o el uso de ingredientes más naturales y con menos presencia de químicos.</p>



SITUACIÓN ESPECÍFICA DEL ÁREA 2: ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y ESTÉTICA INTEGRAL	
TENDENCIAS	SITUACIÓN PARA LA COMUNIDAD DE MADRID
<p>3. Segmento creciente de consumidores digitales</p>	<p>La transformación digital supone un reto importante para el sector cosmético, en este contexto las fuentes analizadas apuntan a la necesidad de digitalización no solo para mejorar su competitividad, sino para adaptarse mejor a las nuevas demandas de los consumidores e interactuar y aprovechar una forma de estar cerca de consumidores. La necesidad de transformación digital, en gran medida, está impulsado por el creciente peso de consumidores digitales del sector de la belleza y el mayor impacto de los Influencers en las redes sociales. De la misma forma, el auge de e-commerce ha impulsado las marcas empezar la transformación de los modelos de distribución y logística, para optimizar los procesos. En este contexto, sobre dicha transformación requiere procesos largos, complejos y costosos, pero todo ello permitirá a las empresas del sector abordar los cambios necesarios para garantizar el control integral de la producción, garantizar la calidad y seguridad de los productos, reducir costes y mejorar la competitividad.</p>
<p>4. Auge de medicina estética</p> <p>5. Auge en los procedimientos rejuvenecimiento</p>	<p>El reto principal en el ámbito de la medicina estética es aumentar la seguridad del paciente desde dos perspectivas distintas y complementarias.</p> <p>La primera se refiere a la seguridad vinculada a la profesionalidad de los técnicos dado que se he venido observando un aumento del intrusismo y la consiguiente falta de seguridad o control en las prácticas médico-estéticas. En este sentido, la SEME (Sociedad Española de Medicina Estética) señala la importancia de la regularización de la propia medicina estética dentro del marco de la medicina y una necesaria formación especializada que pueda garantizar que los tratamientos y los servicios son impartidos por profesionales cualificados.</p> <p>Vinculado al aumento de intrusismo, se destaca también el segundo riesgo y es el que el intrusismo profesional lleve a que los tratamientos se adquieran a través del mercado negro o por internet, presentando una amenaza para la seguridad y la salud del paciente.</p> <p>Los expertos del sector han destacado la importancia del reconocimiento oficial por parte de la Administración Pública de la especialidad de Medicina Estética y la necesidad de su actualización curricular debido a los avances tecnológicos y nuevas técnicas de aplicación. Ello garantizará a los consumidores una medicina estética efectiva y segura mediante la regulación y el reconocimiento de la formación de los médicos que la practican. Hay que tener en cuenta que se trata de una disciplina de alta complejidad científica, por lo que requiere una formación muy específica, extensa y universitaria.</p>

Fuente: Elaboración de Infyde



I.4/ PERFILES PROFESIONALES

La identificación de los perfiles profesionales se ha logrado a partir de un proceso que ha considerado los resultados de la revisión documental, la identificación de tendencias tecnológicas a nivel internacional vinculadas a cada Familia y la realización de trabajo de campo que ha combinado entrevistas individuales y mesas de trabajo para cada área de especialización.

Como resultado, se ha llegado a los siguientes **7 perfiles profesionales** para la Familia “Imagen personal” y sus áreas de estudio correspondientes:

Tabla 8. Perfiles profesionales identificados para la Familia I: Imagen Personal.

PERFILES PROFESIONALES	DESCRIPCIÓN DEL PERFIL	SITUACIÓN
Nutricionista personal	<p>La importancia de la nutrición activa y saludable para la salud y el bienestar se ha convertido en una tendencia importante durante la última década. Pero actualmente, cuando hablamos de un perfil profesional nutricionista-personal nos referimos a una nutrición y unas dietas personalizadas, basadas tanto en la edad, el peso, etc., como en el genoma y la estética integral.</p> <p>Un profesional de este perfil debe tener conocimientos básicos en estética e imagen integral que permite brindar asesoramiento y atención integral desde punto de vista de nutrición y estética integral con la finalidad de la restauración, el mantenimiento y la promoción de la estética corporal, la belleza y la salud, a través de la alimentación y modificación de estilos de vida.</p>	Transformación
Especialista en termalismo y bienestar integral	<p>En el sector de imagen personal, se observa una tendencia general del mercado hacia la demanda laboral de perfiles profesionales más flexibles, integrados, movilizados y extensos. Es decir, ya no es suficiente conocer solo técnicas profesionales en su ámbito, sino tener conocimiento y experiencia "multitarea" y transversal. Esto conduce a los perfiles con conocimiento integral. En este contexto, está surgiendo especialista en termalismo y bienestar integral; un profesional con formación profesional en la materia, con conocimientos en las áreas de tratamientos estéticos integrales, estética hidrotermal, masaje estético y drenaje, asesoramiento en tratamientos cosméticos, acondicionamiento físico y recreación.</p>	Transformación



PERFILES PROFESIONALES	DESCRIPCIÓN DEL PERFIL	SITUACIÓN
Gestores de centros de belleza y bienestar	El número de centros de estética y salones de belleza sigue aumentando. Sin embargo, los centros de estética y bienestar tienen retos, entre los que destacan la falta de perfiles que sean profesionales de su ámbito técnico pero que, además, complementen este conocimiento con el dominio de habilidades de gestión empresarial. Es decir, un profesional capaz de potenciar la imagen personal y asesorar al cliente, aplicar técnicas de estética y belleza y también administrar, gestionar y dirigir el centro optimizando el desarrollo de la actividad empresarial. Esto también está impulsado por las tendencias del mercado, la creciente gama de servicios en el área de la imagen personal y el cambio del modelo de negocio.	Transformación
Asesor de imagen online	Hay un cambio en los hábitos de consumo, se requieren no solo un producto o servicio, sino una experiencia altamente personalizada que implica un asesoramiento individualizado y adaptada a las necesidades particulares. Además, la rápida digitalización, lleva al hecho de que los asesores de belleza y estética "tradicionales" se estén adaptando cada vez más a los nuevos métodos de trabajo online mediante herramientas digitales, plataformas online, análisis de redes sociales, etc. Junto con el conocimiento del mercado digital, plataformas digitales, análisis de redes sociales, etc.	Transformación
Especialista en marketing digital para imagen personal	La posición de experto en marketing digital es seguramente una de las más demandadas hoy en día en todos los ámbitos. Un perfil profesional en marketing digital en el ámbito de la imagen personal debe unir una serie de conocimientos y habilidades tanto en materia de marketing digital como del sector de la imagen. Ello implica, que para ser un buen experto de este perfil es necesaria una formación especializada e-marketing y también estética. Sin embargo, teniendo en cuenta factores como el impacto creciente de los consumidores digitales, la importancia de las redes sociales y el rápido desarrollo de la cosmética y la estética junto con el incremento de los cuidados personales, ahora no es suficiente solo conocer el sector o ser un especialista en marketing digital, sino que se exige un buen conocimiento profesional de ambas áreas, la técnica y la comercial, dominando más concretamente el campo del marketing digital, los temas de promoción digital, gestión de redes sociales y comunicación online.	Transformación



PERFILES PROFESIONALES	DESCRIPCIÓN DEL PERFIL	SITUACIÓN
Esteticista integral con aplicación de aparatología estética	Se trata de un esteticista integral especializado en las técnicas relacionadas con la belleza y estética que se aplican con el apoyo de distintos tipos de máquinas o dispositivos. Es decir, un profesional que puede aplicar tratamientos de alta gama tanto corporales como faciales. El hecho de que el uso de esta aparatología estética responda a las necesidades de los consumidores, hace que algunos de esos tratamientos varíen desde técnicas de electroestática, radiaciones, ultrasonidos o incluso termoterapia.	Transformación
Especialistas en imagen personal y estética aplicada a la oncología	Es un ámbito de intervención creciente y existe una alta demanda de especialistas con este perfil profesional. Se trata de un asesor de imagen personal con conocimientos sobre los efectos secundarios de los tratamientos oncológicos que afectan a la imagen personal (el cabello, el vestuario, la piel).	Emergente

Fuente: Elaboración de Infyde



I.4.1/ LAS OCUPACIONES PRINCIPALES DE CADA PERFIL PROFESIONAL

A continuación, se mencionan cuáles son las ocupaciones principales resultantes de cada uno de los perfiles profesionales, tras el análisis bibliográfico y la realización de entrevistas y mesas de trabajo.

Tabla 9. Ocupaciones principales de los perfiles profesionales de la Familia I: Imagen Personal.

PERFILES PROFESIONALES	OCUPACIONES PRINCIPALES
Nutricionista personal	<ul style="list-style-type: none"> - Nutricionista personal - Coach personales en nutrición - Especialista en nutricosmética - Especialista en nutrifitness - Especialista en Mindful Eating (Mindfulness aplicado a la Alimentación) - Coach en Mindfulness y AutoCompasión
Especialista en bienestar integral	<ul style="list-style-type: none"> - Especialista en terapias naturales - Especialista en el bienestar integral - Técnico en terapias manuales integrales - Especialista en hidro-terapias y técnicas de agua - Especialista en masajes estéticos integrales - Especialista en drenaje linfático estético - Instructor personal en el cuidado corporal. - Coach personal en acondicionamiento físico
Gestores de centros de belleza y bienestar	<ul style="list-style-type: none"> - Gestores de centros de estética y belleza - Gestores de SPA y balnearios - Gestores de gimnasios - Gestores de clínicas de medicina estética
Asesor de imagen online	<ul style="list-style-type: none"> - Asesor personal de cosmética y estética - Asesor de imagen personal online - Especialista en comunicación digital - Asesor en compras online (online shopper) - Mentores de imagen personal (mentoría) - Asesor/a de Imagen de Marca Personal - Mentor/a de Imagen Personal Global - Mentor/a en Belleza Científica - Mentor/a en Imagen Saludable

PERFILES PROFESIONALES	OCUPACIONES PRINCIPALES
<p>Especialista en marketing digital de imagen personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Especialista en marketing digital - Especialista en análisis de redes sociales - Comercial online en estética - Especialista en ventas online - Especialista en experiencia del usuario en redes sociales - Especialista en comunicación digital - Especialista en diseño gráfico y sonido - Especialista en desarrollo digital (imagen, sonido, video) - Especialista en el desarrollo de contenido digital - Especialista en gestión y edición web
<p>Esteticista integral con aplicación de aparatología estética</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Esteticista especializada en aparatología para tratamientos faciales - Esteticista especializada en aparatología para tratamientos corporales - Especialista en tratamientos con láser y HIFU - Especialista en masajes con aplicación de aparatología
<p>Especialistas en imagen personal y estética aplicada a la oncología</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Especialistas en cuidado e imagen personal para personas con enfermedades y/o adultos - Especialistas en la estética oncológica - Coaching personal en imagen personal aplicada a la oncología

Fuente: Elaboración de Infyde



I.4.2/ LAS CUALIFICACIONES, COMPETENCIAS Y HABILIDADES PROFESIONALES DE CADA PERFIL PROFESIONAL

La cualificación es el conjunto de competencias con significado en el empleo que pueden ser adquiridas mediante formación modular u otros tipos de formación como, por ejemplo, a través de la experiencia laboral. De este modo, se entiende que la persona está cualificada cuando en su desempeño laboral obtiene los resultados esperados.

A continuación, se mencionan cuáles son las cualificaciones profesionales resultantes de cada uno de los perfiles profesionales, tras el análisis bibliográfico y la realización de entrevistas y mesas de trabajo.

Tabla 10. Cualificaciones profesionales, competencias y habilidades de los perfiles profesionales de la Familia I: Imagen Personal.

PERFILES PROFESIONALES	CUALIFICACIONES, COMPETENCIAS Y HABILIDADES
Nutricionista personal	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en nutrigenómica y estética básica - Diagnostico nutricional basado en el genoma - Diseño de programas de nutrición estética, preparación, y consumo, tomando en cuenta el genoma, la adaptabilidad, eficacia, practicidad, gustos del cliente. - Asesoramiento en nutrición y estética integral - Coach- mejorar la relación con cuerpo - Mejorar la alimentación con el fin de mejorar salud y bienestar - Epigenética - Aumentar buenos hábitos y mejorar el bienestar, salud, estética etc.

PERFILES PROFESIONALES	CUALIFICACIONES, COMPETENCIAS Y HABILIDADES
Especialista en bienestar integral	<ul style="list-style-type: none"> - Tratamientos de bienestar - Masajes estéticos - Técnicas manuales - Hidromasajes - Drenaje linfático estético - Acondicionamiento físico en el agua - Valoración de la condición física - Técnicas de agua - Técnicas de agua integral - Técnicas de respiración y relajación - Conocimientos de bienestar integral: mental y físico
Gestores de centros de belleza y bienestar	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de negocio digital - Gestión de marketing digital - Gestión de comercial de ventas online - Gestión de comunicación digital y de redes sociales - Conocimientos de Marketing, Contabilidad y Recursos Humanos - Gestión de compras - Gestión de almacenes y stocks - Gestión de presupuestos - Interpretar balances, contabilidad etc. - Conocimientos en el ámbito de impuestos - Gestión de presupuestos e ingresos. - Cualificaciones poder asesorar - Conocimientos de piel y cuidado - Conocimiento estilismo, estética, moda
Asesor de imagen online	<ul style="list-style-type: none"> - Asesoramiento personal de cosmética y estética - Asesoramiento de imagen personal online - Especialista en comunicación digital - Conocimientos de compras online (online shopping) - Una visión global de imagen personal - Conocimientos en el ámbito de embellecimiento (belleza científica) - Conocimientos teóricos y prácticos en el ámbito peinado, cabello, peluquería - Asesoramiento de imagen personal – conocimientos en vestuario (estilismo) - Cabello y estética conocimientos tanto teóricos como prácticos



PERFILES PROFESIONALES	CUALIFICACIONES, COMPETENCIAS Y HABILIDADES
<p>Especialista en marketing digital de imagen personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asesoramiento y técnicas de venta online - Análisis de datos digitales y gestión digitalizada - Comunicación digital - Gestión de redes sociales - Gestión de mobile marketing - Marketing de contenidos - SEO, SEM o e-mail marketing - Desarrollo del contenido digital (imagen, foto, video, audio) - Manejar programas de diseño como Photoshop, Filmora etc. - Diseño de imagen y video - Tratamiento de imagen, sonido, video - Manejo de Word Press y otros programas de edición del texto - Herramientas de gestión y edición web - Ley de protección de datos
<p>Esteticista integral con aplicación de aparatología estética</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estética especializada en aparatología para tratamientos faciales - Estética especializada en aparatología para tratamientos corporales - Especialista en tratamientos con láser y HIFU - Especialista en masajes con aplicación de aparatología
<p>Especialistas en imagen personal y estética aplicada a la oncología</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asesoramiento estético personal. - Protocolo del tratamiento estético juntamente con el tratamiento médico - Conocimientos en tratamientos de piel y pelo aplicada a la oncología (pelucas, calidad de la piel, cura estética interna y externa, automaquillaje) - Conocimientos en consecuencias producidas por el tratamiento (quimioterapia, radioterapia, cirugía, terapia biológica y tratamientos hormonales) - Bienestar oncológico - Tratamientos del cuidado personal y de estética aplicada a la oncología

Fuente: Elaboración de Infyde

Además de estas cualificaciones, durante las mesas de trabajo se trabajaron las habilidades blandas, las habilidades digitales y las necesidades de formación, lo que ha permitido al equipo técnico adquirir mayor conocimiento sobre las distintas profesiones.



A partir los debates y las cualificaciones se han establecido las especialidades formativas que han compuesto los cuestionarios Delphi, como se observa en el siguiente epígrafe.

I.5/ CONCLUSIONES

A continuación, se presentan de forma sintética las principales conclusiones y puntos clave sobre los perfiles profesionales identificados en la Familia de Imagen Personal: el área o las áreas más relacionadas con cada uno de los perfiles, las tendencias que más van a afectar en cuanto a crecimiento de la demanda del perfil o la transformación y avance de contenidos formativos; la situación del perfil, si es emergente o está en transformación; un ejemplo de algunas de las ocupaciones o puestos de trabajo más habituales que se incluyen en el perfil profesional y las cinco especialidades formativas más valoradas por el panel de expertos a partir del Método Delphi.



ASESOR DE IMAGEN ONLINE

ÁREA/S RELACIONADA/S	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento físico y bienestar • Asesoramiento de imagen y estética integral
TENDENCIAS RELACIONADAS	<ul style="list-style-type: none"> – Bienestar, Belleza y Tecnología: Repensar la relación – Auge del bienestar virtual – Segmento creciente de consumidores digitales – Aumento de tratamientos personalizados – Segmento masculino en crecimiento – Asesor de imagen “Stylist-Driven AI”
SITUACIÓN DEL PERFIL	Transformación
OCUPACIONES PRINCIPALES	<ul style="list-style-type: none"> – Asesor personal de cosmética y estética – Asesor de imagen personal online – Especialista en comunicación digital – Asesor de compras online (online shopper) – Mentores de imagen personal (mentoría) – Asesor/a de Imagen de Marca Personal – Mentor/a en Belleza Científica
ESPECIALIDADES FORMATIVAS MÁS VALORADAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Embellecimiento (belleza científica) 2. Asistencia en compras personales 3. Asesoramiento en belleza 4. Conocimientos integrales en vestuario (estilismo), cabello y estética 5. Asesoría integral de imagen personal 6. Peluquería 7. Desarrollo del contenido digital para imagen personal 8. Sociología y protocolo de imagen social

Fuente: elaboración de Infyde



ESPECIALISTA EN BIENESTAR INTEGRAL

ÁREA/S RELACIONADA/S	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento de imagen y estética integral • Mantenimiento físico y bienestar
TENDENCIAS RELACIONADAS	<ul style="list-style-type: none"> – Aumento de centros dedicados en exclusiva al bienestar – Salud y Belleza convergerán aún más – El creciente mercado del turismo ligado al bienestar – Auge del bienestar virtual – Bienestar, Belleza y Tecnología: Repensar la relación
SITUACIÓN DEL PERFIL	Transformación
PRINCIPALES OCUPACIONES	<ul style="list-style-type: none"> – Especialista en terapias naturales – Especialista en el bienestar integral – Técnico en terapias manuales integrales – Especialista en hidro-terapias y técnicas de agua – Especialista en masajes estéticos integrales – Especialista en drenaje linfático estético
ESPECIALIDADES FORMATIVAS MÁS VALORADAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al cliente, consumidor o usuario 2. Servicios auxiliares de estética 3. Tratamientos estéticos 4. Masajes estéticos y técnicas sensoriales asociadas 5. Terapias naturales 6. Técnicas de coaching personal 7. Técnicas de estímulos naturales 8. Hidrotermal

Fuente: elaboración de Infyde



ESPECIALISTAS EN IMAGEN PERSONAL Y ESTÉTICA APLICADA A LA ONCOLOGÍA

ÁREA/S RELACIONADA/S	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento físico y bienestar • Asesoramiento de imagen y estética integral
TENDENCIAS RELACIONADAS	<ul style="list-style-type: none"> – Salud y belleza convergerán aún mas – Aumento en tratamientos personalizados – Bienestar, Belleza y Tecnología: Repensar la relación – Un cambio de enfoque al cuidado de la piel y antienvejecimiento
SITUACIÓN DEL PERFIL	Emergente
PRINCIPALES OCUPACIONES	<ul style="list-style-type: none"> – Especialistas en cuidado e imagen personal para personas con enfermedades y/o adultos – Especialistas en la estética oncológica – Coaching personal en imagen personal aplicada a la oncología
ESPECIALIDADES FORMATIVAS MÁS VALORADAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesoría integral de imagen personal 2. Sociología y protocolo de imagen social 3. Imagen personal aplicada a la oncología 4. Tratamientos estéticos 5. Peluquería 6. Peluquería orientada a la oncología: cabello, pelucas y pañuelos 7. Tratamientos estéticos aplicados a la oncología: piel, pelo y cabello. 8. Tratamientos capilares en oncología

Fuente: elaboración de Infyde



ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL DE IMAGEN PERSONAL

ÁREA/S RELACIONADA/S	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento físico y bienestar • Asesoramiento de imagen y estética integral
TENDENCIAS RELACIONADAS	<ul style="list-style-type: none"> – Bienestar, Belleza y Tecnología: Repensar la relación – Segmento creciente de consumidores digitales – Auge del bienestar virtual – Aumento de tratamientos personalizados – Asesor de imagen “Stylist-Driven AI”
SITUACIÓN DEL PERFIL	Transformación
PRINCIPALES OCUPACIONES	<ul style="list-style-type: none"> – Especialista en marketing digital – Especialista en análisis de redes sociales – Comercial online en estética – Especialista en ventas online – Especialista en experiencia del usuario en redes sociales – Especialista en comunicación digital – Especialista en diseño gráfico y sonido – Especialista en desarrollo digital (imagen, sonido, video) – Especialista en el desarrollo de contenido digital – Especialista en gestión y edición web
ESPECIALIDADES FORMATIVAS MÁS VALORADAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing digital & e-commerce para la imagen personal 2. Gestión de redes sociales y comunicación online 3. Gestión de marketing y comunicación 4. Posicionamiento web y marketing digital en buscadores 5. Sistemas de gestión de información 6. Video content creator para web y redes sociales 7. Competencias digitales avanzadas 8. Visual merchandising y escaparatismo en el sector retail

Fuente: elaboración de Infyde



GESTORES DE CENTROS DE BELLEZA Y BIENESTAR

ÁREA/S RELACIONADA/S	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento físico y bienestar • Asesoramiento de imagen y estética integral
TENDENCIAS RELACIONADAS	<ul style="list-style-type: none"> – Aumento de centros dedicados en exclusiva al bienestar – Auge del bienestar virtual – El creciente mercado del turismo ligado al bienestar – Nueva revolución de distribución de cosmética
SITUACIÓN DEL PERFIL	Transformación
PRINCIPALES OCUPACIONES	<ul style="list-style-type: none"> – Gestores de centros de estética y belleza – Gestores de SPA y balnearios – Gestores de gimnasios – Gestores de clínicas de medicina estética
ESPECIALIDADES FORMATIVAS MÁS VALORADAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento del sector de imagen personal 2. Digitalización, e-marketing y gestión de redes sociales 3. Gestión de marketing y comunicación 4. Actividades de gestión del pequeño comercio 5. Planificación del aprovisionamiento y gestión de stocks 6. Gestión comercial de ventas 7. Actividades administrativas en la relación con el cliente 8. Creación y gestión de la marca personal y redes sociales en la búsqueda de empleo

Fuente: elaboración de Infyde



ESTETICISTA INTEGRAL CON APLICACIÓN DE APARATOLOGÍA ESTÉTICA

ÁREA/S RELACIONADA/S	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento de imagen y estética integral • Mantenimiento físico y bienestar
TENDENCIAS RELACIONADAS	<ul style="list-style-type: none"> – Aumento de centros dedicados en exclusiva al bienestar – Salud y Belleza convergerán aún más – Auge de medicina estética – El creciente mercado del turismo ligado al bienestar – Bienestar, Belleza y Tecnología: Repensar la relación – Un cambio de enfoque al cuidado de la piel y antienvjecimiento
SITUACIÓN DEL PERFIL	Transformación
PRINCIPALES OCUPACIONES	<ul style="list-style-type: none"> – Esteticista especializada en aparatología para tratamientos faciales – Esteticista especializada en aparatología para tratamientos corporales – Especialista en tratamientos con láser y HIFU – Especialista en masajes con aplicación de aparatología
ESPECIALIDADES FORMATIVAS MÁS VALORADAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a aparatología estética 2. Masajes estéticos con el uso de aparatología estética 3. Radiaciones y ultrasonidos en aparatología estética 4. Tratamientos estéticos 5. Atención al cliente, consumidor o usuario 6. Bronceado, maquillaje y depilación avanzada 7. Termoterapia, hidroterapia con aparatología 8. Competencias digitales básicas

Fuente: elaboración de Infyde



NUTRICIONISTA PERSONAL

ÁREA/S RELACIONADA/S	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento físico y bienestar
TENDENCIAS RELACIONADAS	<ul style="list-style-type: none"> - Nutrición activa y personal - Salud y belleza convergerán aún mas - Aumento en tratamientos personalizados - Auge de bienestar virtual - Salud Circadiano: sincronización de hábitos con el reloj interno
SITUACIÓN DEL PERFIL	Transformación
PRINCIPALES OCUPACIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Nutricionista personal - Coach personales en nutrición - Especialista en nutricosmética - Especialista en Nutrifitness
ESPECIALIDADES FORMATIVAS MÁS VALORADAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acompañamiento (coaching) nutricional 2. Nutricosmética 3. Acompañamiento en autoimagen 4. Asesoría integral de imagen personal

Fuente: elaboración de Infyde





El presente estudio profundiza, mediante la consulta a fuentes bibliográficas y expertos sectoriales, en las tendencias de aquellas actividades productivas asociadas a cada Familia profesional, con el fin de detectar líneas de evolución a corto y medio plazo, los perfiles profesionales más relevantes y sus principales competencias.



**Comunidad
de Madrid**



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro