SALÓN
LOOKnews
NOVIEMBRE / Número 2

CONTACTAR · IMPACTAR · INNOVAR · COMUNICAR

Pág 12

Entrevista a Eduardo López-Puertas, Director General de IFEMA

Pág. 4
Consuelo Silveira, referente de la Estética en nuestro país

Pág. 6
Transformación digital, adaptarse al cliente en la era digital

Pág. 10
Lo último en novedades de nuestras marcas expositoras

EDITORIAL

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL YA ESTÁ AQUÍ Y HA VENIDO PARA QUEDARSE...

Julia González
Directora de la ferias de Moda, Belleza y Estilo de Vida de IFEMA

El desconocimiento, el miedo al cambio y los mitos en torno a la transformación digital hacen que a muchos empresarios se les ponga la piel de gallina cuando escuchan hablar de este tema. La consecuencia es que muchas organizaciones continúan con procesos de trabajo obsoletos y poco rentables.

La digitalización ofrece un enorme potencial para ganar competitividad en un mundo cada vez más tecnológico. Así lo demuestra un estudio del Massachusetts Institute of Technology, que afirma que las empresas más tecnológicas son más rentables y tienen clientes más satisfechos.

El objetivo es optimizar los procesos, mejorar su competitividad y ofrecer un nuevo valor añadido a sus clientes.

Por tanto, no se trata simplemente de comprar ordenadores más potentes, almacenar datos en la nube o instalar nuevos programas. La transformación digital implica un cambio en la mentalidad de los directivos y los empleados de las organizaciones. Es una apuesta de futuro hacia nuevos métodos de trabajo que aprovechen todo el potencial de la digitalización.

La transformación digital ya no puede considerarse una opción. En la actualidad, las empresas están en la necesidad de renovarse adaptándose a la digitalización si quieren seguir siendo competitivas.

Este tiempo incierto que vivimos ha hecho que todos, en mayor o menor medida, nos vayamos familiarizando e integrando en nuestra vida diaria nuevos procesos que fomentan esta transformación digital. Cuando todo esto pase y podamos volver a encontrarnos con nuestros clientes y celebremos eventos no virtuales, podremos seguir utilizando estas herramientas para beneficiarnos de esta tecnología y de este aprendizaje que permitirá impulsar formas de trabajo mucho más productivas y flexibles.

Nos queda un largo camino por recorrer pero la transformación digital es una gran oportunidad de cambiar nuestros negocios y a nosotros mismos.

SALÓN LOOKnews
CONTACTAR · IMPACTAR · INNOVAR · COMUNICAR

OCTUBRE -
NOVIEMBRE
2020

IFEMA
Feria de Madrid

Sumario

Portada

Tendencias Alberto Cerdán
@albertocerdan_AC

Fotografía - Luis Vidal
@luisvidalmaroto

4-5
La entrevista
Consuelo Silveira, referente de la Estética en nuestro país.

6-9
El Reportaje

• Transformación digital, adaptarse al cliente en la era digital. Premios a la Transformación Digital.
• Dunasoft, la digitalización del sector de la Imagen Personal.
• Beautymarket, un medio de comunicación pionero tratransformaciñón digital.

10-11
Lo último

12-13
Actualidad Salón Look
Entrevista a Eduardo López-Puertas, Director General de IFEMA.

S A L Ó N
LOOK
Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral

IFEMA
Feria de Madrid

Marcas y empresas colaboradoras LOOK NEWS

3 CLAVELES · ALTERLOOK · AMABILIA · ANEPE · BEAUTYMARKET · BRAZIL 2 EXPORT (CAVIAR GOLD-SWEETEZ) · C&C MAGAZINE · CINCOS · COIFFURE PROFESSIONNELLE · DPG MEDICAL-ESTETIC · DUNASOFT · ESTETICAMODACABELLO · EXPERTES EN ESTETICA · GUINOT · IBEROCEL · INDUSTRIAS ORIOL · KEMON · LA MODA EN LAS CALLES · LEASEIR · MARY COHR · MR. TOOLS · NATURALMENTE · NATURNUA · NOVASONIX · PARAÍSO COSMETICS · PELUQUERIAS · PERFECT BEAUTY · PIERRE RENÉ · PROBELLEZA · SAPPHIRE · SEENA OWELL · SIPANIA · STANPA · TERMOSALUD · THUYA

LOOK NEWS. Núm 2 / Noviembre 2020
MADRID - ESPAÑA SÓLO PROFESIONALES

Consuelo Silveira, referente de la Estética en nuestro país

Consuelo Silveira.

¿Qué esteticista no conoce a Consuelo Silveira? Formadora, maestra, gran profesional, emprendedora

Salón Look tiene el placer de contar con ella como Coordinadora de las actividades de Estética y Belleza como son el Congreso de Estética y sobre todo Masajes del Mundo.
Repasemos su trayectoria. Consuelo Silveira, nació en Madrid y tras terminar sus estudios viajó a Paris. Antes de cumplir los 20 años ya era Esteticista por el Instituto Parisien. Continuó formándose y especializándose en Francia y España. A principio de los 80, ya era una formadora requerida por empresas como Karin Herzog (línea Suiza que introdujo en España la clínica Ruber y donde Consuelo tuvo un contacto directo con la medicina estética). Fue la responsable del departamento de formación en Yves Rocher implantando el método de sus cabinas de estética tanto para España como para otros países de Europa. En 1989 decide crear su propia Escuela de Esteticistas. Un lugar donde transmitir sus conocimientos de Estética Integral. Hoy, más de 25 años después, un gran número de jóvenes profesionales de la estética, salen de su escuela con una profesión de futuro.
Actualmente es una de las esteticistas más importantes de nuestro país, conocida y reconocida profesionalmente a nivel internacional.

Consuelo ¿Qué le dirías a una profesional de la estética hoy, ante la situación que vivimos?
Que no se pare, como decía el sabio de un cuento "esto también pasara", si queremos encontrar a esta situación algo mínimamente positivo, es el contar con más tiempo. Le diría, Piensa y proyecta, como te gustaría que fuera tu negocio si comenzaras de nuevo, con todo lo que hoy sabes... reinvéntate... imagina como será tu próxima inauguración.

Tus escuelas han formado un sinfín de profesionales y siguen haciéndolo ¿Cuál es el secreto de tu método?
Tras 31 años formando profesionales, creo que el secreto es la pasión por la estética y nuestros alumnos. Mi método es cuidadoso en el mimo al cliente, pero al mismo tiempo ágil y eficaz en los resultados. Los pequeños detalles, la buena técnica y el excelente ambiente entre profesores y alumnos, son nuestro sello propio. Las clases son prácticas en un 90%, la actualización continua en técnicas y medios es para nosotros prioritario y cuidamos in extremis nuestra bolsa de empleo. Podemos decir que las mejores empresas del sector, demandan a nuestros alumnos. La enseñanza es una profesión vocacional en cualquiera de sus formas y sinceramente creo, que en esta vocación está el secreto del éxito.

Volviendo al contexto actual supongo que has tenido que reinventarte ¿Cómo lo has hecho?
Pues siendo flexibles, menos alumnos por aula, sin bajar ni un ápice el listón y entrando cuando es necesario y SOLO cuando es necesario en el mundo on line.

Una buena formación de base es indispensable para desarrollar una óptima labor profesional, pero ¿Una profesional de la estética

Silvia Oliete, Paz Torralba, Ana Puelles, Isabel Lostao, Consuelo Silveira y Julia González en la pasada edición de Salón Look, celebrada en octubre de 2019.

puede permitirse el lujo de dejar de formarse, de estar al día?
Dejar de formarse es dejar de crecer, y dejar de crecer en número de clientes, eficacia y prestigio es dejar de SER una opción competitiva, dejar de actualizarse es el principio del fin en una profesión que está en continuo movimiento.

Siguiendo este hilo, Salón Look, año tras año, quiere aportar al sector su granito de arena. De ahí la esmerada organización del Congreso de Estética, que ya llegará a su treceava edición en la próxima cita de Salón Look que se celebrará del 22 al 24 de octubre de 2021 en IFEMA. En el Congreso de Estética y Belleza se dan cita ponentes de máximo nivel, de diferentes ámbitos y disciplinas profesionales, y de Masajes del Mundo, que trae a Madrid a Maestros de distintos lugares para que impartan sus masajes y técnicas más innovadoras, genuinas y exclusivas.

¿Por qué una profesional de la estética y la belleza debe visitar Salón Look?
Salón Look, es una experiencia real, incomparable con otros medios de comunicación, es vivir de forma tangible nuestra profesión. Es el contacto y el disfrute de conocer a otros profesionales, es ver en vivo y en directo a grandes maestros demostrando sus técnicas...Es un congreso de verdad...

Y ¿Por qué debe aprovechar estas formaciones que el certamen pone a su alcance?
Es un privilegio poder ver y tocar las últimas novedades del sector, productos, equipos, explicaciones de forma personalizada de todos ellos por los representantes directos de las firmas y no perderse las ponencias y disertaciones de grandes profesionales de dentro y fuera de nuestras fronteras. En fin es vivir sin pantallas. Quizás ahora más que nunca vamos a saber apreciarlo.

Entrando ya en el terreno puramente ferial y aprovechando tu dilatada trayectoria ¿Por qué una marca o empresa de cosmética, aparatología, cosmética natural, o de cualquier temática relacionada con la Estética y la belleza profesional debe estar presente en Salón Look?
Es un momento único para medirte con tus iguales, la competencia nos hace grandes y si bien muchas marcas importantes realizan reuniones periódicas para sus clientes, a Salón Look, asisten todos los verdaderos clientes de unas y otras marcas. Las marcas que no están presentes pierden la oportunidad de reencontrarse de nuevo con sus clientes que, sin duda visitarán Salón Look, como las cifras de asistencia pueden demostrar... Salón Look es la gran oportunidad para este próximo año y la profesión en pleno, necesita el impulso y energía que las marcas del sector saben aportar con sus presencia y lanzamientos.

Y para terminar ¿Crees que lo digital podrá alguna vez substituir el contacto entre las personas, el vernos cara a cara?
Eso, por suerte para la sensibilidad humana, no podrá pasar, pero sí debemos agradecer a la tecnología la gran oportunidad de poder compaginar ambas experiencias potenciándolas.
En estos momentos nuestra escuela ha diseñado 9 lecciones on line exclusivamente para profesionales a las que hemos denominado, **estética de autor**.
Y muy pronto estarán disponibles.
Nos veremos todos en Salón Look, en octubre de 2021. ■

Entrega del Galardón al Mejor Protocolo de Autor. Un Jurado de excepción formado por las fundadoras del Templo de la Estética, la prensa especializada y la Presidenta de FANAE.

Transformación digital, adaptarse al cliente en la era digital

La digitalización es un concepto ligado a lo que ya se denomina la cuarta revolución industrial. Su objetivo es optimizar tareas y ser más eficientes. Es el camino hacia la Transformación Digital.

La Transformación digital no es tan solo crear perfiles de RRSS o facilitar el teletrabajo a los empleados, es utilizar la inteligencia artificial, la analítica Web, el bigdata y el marketing digital. Resumiendo, transformar lo que ya se está llevando a cabo en las empresas y los negocios utilizando la tecnología y la innovación. Las empresas, centros, salones y establecimientos necesitan hacer uso de esta Transformación Digital para ser más rentables y adaptarse a los nuevos retos que plantea la nueva realidad.
¿Quién mejor que nuestros expertos para dar ejemplo y muestra de ello?

SERGI MOISET, CEO de Shorcuts e impulsor de esta iniciativa en la que colabora Salón Look, nos lo cuenta en primera persona

SHORCUTS y los Premios a la Transformación Digital

Estos premios se crearon con la finalidad de dar difusión e impulso a la digitalización en el sector.
Los premios han contado con un jurado de expertos del más alto nivel, que se ha encargado de la evaluación de los proyectos y elección de los ganadores.
Tras la publicación de los premiados se han dado a conocer los proyectos finalistas participantes no ganadores, que ofrecen muy buenos ejemplos de cómo se está haciendo la transformación digital en muchos salones, ejemplo muchos de ellos del buen hacer de los protagonistas del sector.

¿Por qué los Premios a la Transformación Digital?
El objetivo es doble, por un lado, reconocer el liderazgo y el gran trabajo que muchos están haciendo en el ámbito digital para adaptarse a los nuevos tiempos y que sus negocios sobrevivan. Por el otro lado, que aquellos que aún no se atreven a dar el paso por miedo o desconocimiento, vean en los videos que aparecen en la página de los premios ejemplos reales de cómo profesionales como ell@s lo han hecho, como han superado sus propias barreras, lo que han aprendido, sus errores, sus soluciones y sobre todo, los grandes resultados que la transformación digital les ha traído a sus negocios. Los premios se dedicarán a impulsar al sector y a llevarlo donde merece.

Según su opinión como experto en Transformación digital ¿A qué nivel está el sector de la belleza profesional respecto a otros sectores?
A mi más que de opiniones me gusta hablar de datos y a nivel general, no son buenos. Los centros no están informatizados, la presencia online es mínima, las redes sociales no se utilizan como se debería, el volumen de publicidad online es insignificante y el uso en general de herramientas digitales es muy precario... Ser buenos profesionales y dar un buen servicio al cliente ya no es suficiente para asegurar la supervivencia del negocio. Modernizarse y digitalizarse es de vital importancia para nuestros salones.

Conozcamos a los flamantes ganadores de esta I edición de los Premios a la Transformación Digital

AVEDA, ganador en la categoría Empresas

ELISA CASANS CASTILLEJO, brand manager de Aveda Spain

¿Qué ha significado para usted ser el ganador en la categoría empresa o marca de la Iª edición de los Premios a la Transformación Digital organizados por Salon Solutions?
A nivel compañía son muchos cambios los que hemos tenido que llevar a cabo en poco tiempo para adaptarnos a las nuevas necesidades del consumidor en esta nueva era digital acelerada por el Covid19. El gran reto para nosotros ha sido reflejar que seguimos siendo una marca de lujo de una forma virtual, seguir transmitiendo nuestros valores y nuestra misión diferenciadora.

¿Digitalización en una marca como Aveda? Explíquenos brevemente este proceso tan necesario.
Adaptarnos y crear nuevas plataformas digitales. La página web que no solo tiene que reflejar nuestra imagen de marca, nuestra misión y explicar nuestros productos; sino que también debe ser una plataforma donde poder elevar nuestro servicio y poder dar una atención personalizada a nuestro consumidor a través de nuestro "Live chat". Las Redes Sociales (FB, IG youtube); que nos permiten transmitir información de marca, crear interacciones y compartir contenido con nuestros seguidores. (No te lo vas a creer, pero hace 1 año ni siquiera teníamos Instagram!). Adaptarnos a nuevos formatos o herramientas de comunicación y crear campañas digitales. En definitiva, para nosotros la digitalización pasa por hacer todo lo que esté en nuestras manos para intentar realizar una consulta personalizada de una tienda física (offline) en una tienda virtual (online) o medios digitales con el fin último de redirigir tráfico a los salones de Aveda para poder realizarse el servicio recomendado.

BACKSTAGE, ganador en la categoría Salones

JOSEP PÉREZ, socio fundador y CEO de Backstage BCN

¿Un salón como el suyo que abarca todas las disciplinas de la belleza profesional puede ser eficiente en el Siglo XXI sin estar digitalizado?
Claramente no es posible. El cliente está cambiando muy rápidamente y también los negocios.

Es indispensable tener una agenda digital y online, un CRM que permita gestionar el marketing de los clientes y trabajar como una empresa y no sólo como un comercio. Analizando y optimizando planes y acciones comerciales y de marketing.

La nueva consumidora quiere interactuar con nosotros y no sólo en redes sino con nuestras web, shoponline y emailing. Tenemos un gran potencial a desarrollar en estas áreas.

¿Este Premio es un reconocimiento a su esfuerzo?
Es un premio a todo el equipo y a la constancia de mantener un plan desde hace 5 años que nos diera diferenciación en un sector tan competitivo como el nuestro. Apostar por monetizar una parte de negocio y conseguir que en el 2020 ya tengamos un 20% del mismo que nos viene de vendas y reservas en nuestra web.

También es un refuerzo para seguir innovando en nuevos retos en redes sociales, enfoques de marketing online y campañas publicitarias. Estamos muy agradecidos. ■

Dunasoft, la digitalización del sector de la Imagen Personal

Jessica Massó.

DunaSoft se creó en 2003 con la intención de llegar a ofrecer una informática de calidad, moderna y accesible económicamente hablando para todos los negocios del sector, que hasta la fecha era uno de los temas pendientes de la mayoría de los salones en España.

Un Programa de gestión exclusivo para Peluquerías, Barberías, Centros de Estética, Uñas y Spa que complementa la gestión con una APP para control de Agenda. Además diseñan la propia página Web del salón comunicada al 100% con el programa de Gestión.

JESSICA MASSÓ, CEO de Dunasoft, responde a nuestras preguntas

¿Cree que la situación actual ha acelerado el necesario proceso de informatización del sector?
La situación actual ha cambiado la manera de trabajar en todos los negocios y en especial a todos aquellos que trabajan de cara al cliente. En el caso de los Salones de Belleza han tenido que adaptarse a pasos agigantados. Han pasado de tener un programa de gestión básico para controlar 4 números del salón, como el IVA, las Comisiones y el Stock, a tener que controlar 100% el negocio, tanto desde dentro de él como a distancia. Como por ejemplo en temas de Gestión de Citas desde APPs especializadas para poder gestionar la Agenda del salón en cualquier momento, en comunicación directa con el cliente para recordarles las citas programadas, en el envío de promociones y de ofertas o simplemente informarles de nuestros productos estrella para fomentar más la venta de producto, etc. El tener que adaptar tu negocio a un aforo y tiempo de apertura limitado ha perjudicado mucho en los beneficios de todas las empresas, por lo que los salones que han tenido previsto este resultado han intentado ampliar de forma considerable su ticket medio, además de fomentar su venta de producto tanto a cliente presencial como al cliente de compra online, por lo que también ha forzado a muchos negocios a disponer de una plataforma online para la comunicación y la venta de producto.

Muy brevemente ¿Por qué un Salón debe digitalizarse?
Por muchísimas razones. Sobre todo por ahorro de tiempo en actividades administrativas. La tecnología ha aparecido en nuestras vidas para simplificarnos el trabajo y ahorrarnos tiempo, que hoy en día no nos sobra. Lo único bueno que ha traído esta epidemia, es que nos ha hecho abrir los ojos a muchos negocios, sean del sector que sea, y nos ha hecho ver que no podemos quedarnos atrás en nada. La tecnología abre las puertas de nuestro negocio a otra dimensión, que sin tecnología sería imposible. Además hoy en día digitalizar un negocio es muy económico para cualquier empresa, eso sí, si quieres algo bueno nunca será gratis. Tenemos que olvidar el concepto gratis. ■

Beauty Market, un medio de comunicación pionero en transformación digital

Jesús Muñoz.

Beauty Markert nació en el año 2004 en versión papel y desde el primer día tuvo una versión digital independiente. Se trata de un medio de comunicación dirigido a profesionales de la belleza que ofrece la más actualizada y práctica información, opinión y servicios diversos relacionados con la profesión y el negocio de nuestros lectores. Beauty Market está presente en España, Portugal y países de habla hispana en los sectores de peluquería, belleza profesional, medicina estética y belleza en farmacia. En breve informaremos de un lanzamiento de medio de comunicación que creemos marcará de nuevo tendencia.

JESÚS MUÑOZ, editor y director de Beauty Market, responde a nuestras preguntas

Tu amplio conocimiento del sector te ha permitido llevar a cabo con un éxito rotundo este proyecto. ¿Qué te empujó en su día a dar este paso, a realizar esta transformación?
Me di cuenta en su momento que la información ya era inviable transmitirse a través del papel. Las revistas pasaron a ser un producto obsoleto e ineficaz como canal o soporte de información. Estoy hablando del año 2008 que es cuando dejamos completamente el soporte papel.

¿Crees que lo digital necesita de lo presencial? ¿Son dos formas de comunicarse complementarias, hoy por hoy dos caras de la misma moneda?
Si te refieres a la comunicación a través de los eventos considero que han de ir unidas, hoy más que nunca por las circunstancias que estamos viviendo que nos ha obligado a acelerar el proceso de la comunicación digital en todas sus vertientes. ■

Lo último

JET PEEL EQUIPO DE ESTÉTICA AVANZADA

Su mecanismo de acción se basa en la emisión de agua o solución salina a presión, para transformar el líquido en microgotas y crear una energía cinética que exfolia suavemente la epidermis. Se genera una barophoresis que se traduce en la apertura de microcanales por donde se pueden conducir activos hasta las capas profundas.

TASSEL SKIN COSMETICS EN INSTAGRAM LIVE

El curso de TASSEL SKIN COSMETICS en Instagram Live se celebró el 4 de noviembre a cargo de la técnica de cosmética Yolanda Castellanos (@Yolanda_castellanoss). El curso "Tratamiento para pieles deshidratadas con ácido hialurónico" se desarrolló en directo en la cuenta de instagram de cosmética y estética de la marca ,@ pollietassel. La duración del curso fue de aproximadamente 1 hora y los participantes pudieron enviar en directo todos sus comentarios, preguntas, sugerencias y todas sus dudas.

PRESENTACIÓN BIOSPHERE DE LA MANO DEL DR. JUAN DE DIOS PÉREZ

La remodelación corporal 100% natural de BIOsphere "Queremos dar respuesta a una demanda creciente en el sector: el auge de tratamientos naturales" BIOsphere es un equipo íntegramente desarrollado y fabricado en España con la intención de dar respuesta a una demanda creciente en el sector: el auge de tratamientos naturales.
El Dr. Juan de Dios Pérez, doctorado en fisioterapia y formador de Novasonix explicó por qué Biosphere es la mejor opción para aquellos profesionales que quieran trabajar con aparatología 100% natural, placentera y con resultados visibles desde la primera sesión.

EXISTE UN TRATAMIENTO FACIAL DE GUINOT QUE ES UNA ALTERNATIVA REAL AL ÁCIDO HIALURÓNICO Y AL BOTOX

La cara es una de las zonas donde el envejecimiento es más evidente y la medicina estética es cada vez demandada con mayor frecuencia para combatir los signos de la edad en ella.
De entre todas las soluciones que existen para atenuar los signos de la edad, la aparatología de Guinot es una alternativa real a la medicina estética (botox, microdermoabrasión, ácido hialurónico) para las cada vez más personas (mujeres y ¡hombres!) que quieren rejuvenecer su piel o sus rasgos sin dolor, de forma inmediata y asequible.
Apunta este nombre: Hydraderm Cellular Energy. Así se llama el método de tratamiento exclusivo patentado por la firma francesa de belleza Guinot que embellece y rejuvenece la piel sin agujas.

V-FORM V10

La última plataforma de radiofrecuencia y tratamientos fraccionales. Una técnica revolucionaria que combina los efectos mecánicos de la succión pulsada y los efectos fisiológicos de la última generación de ondas electromagnéticas con resultados científicamente probados.

NUEVO SPIDER GEL EL COMPLEMENTO PERFECTO PARA TUS NAIL ARTS

Un gel denso que cubre a la perfección, ideal para formas y efectos geométricos, siluetas y patrones. Gracias a su textura densa y con cuerpo permite realizar diseños precisos y exclusivos y líneas extrafinas dejando la uña perfecta.
5 colores para dar rienda suelta a las creaciones más vistosas: negro y blanco dos básicos que contrastan a la perfección con cualquier manicura; oro y plata dos metalizados perfectos para un toque de elegancia a tus manos y rojo un color vivo para dar un look diferente en tus nail arts. Fácil de aplicar, funciona como un gel, seca en lámpara, larga duración y se retira fácilmente. Sin capa de dispersión, secar y listo. Aprovecha nuestro kit de lanzamiento con los 5 colores y un dotting tool.

SE DESVELAN LOS GANADORES DE LA 11ª EDICIÓN DE LOS PREMIOS FÍGARO

La tarde del domingo 25 de octubre, por fin se desvelaron los nombres de los ganadores de los Premios de la Peluquería Española en su undécima edición, entregados por Club Fígaro y patrocinados por Revlon Profesional.
Peluquero revelación: David Pastor (Salones CV by Carlos Valiente).
Colección comercial masculina: Daniel Gallego.
Colección comercial femenina: SK Style Barcelona.
Colección de vanguardia: Jose Siero - Sile Peluqueros.
Peluqeuro español del año: Alexis Ferrer.
Vídeo producción: Alexis Ferrer.
El jurado profesional que ha votado las colecciones participantes en esta edición está compuesto por Jean-Baptiste Mazella (Francia), Laura Betato (España), Mark Leeson (Reino Unido), Miguel Griñó (España) y Sharon Blain (Australia), todos ellos reconocidas personalidades de la peluquería nacional e internacional. Como novedad en esta edición, se premió el vídeo de la colección finalista sustituyendo así la categoría Pasarela, de manera excepcional este año. Los encargados de valorar los vídeos fueron: Franx de Cristal, Laura Betato y Miguel Griñó.

RESILENCE K-NOW, LA NUEVA COLECCIÓN DE KEMON

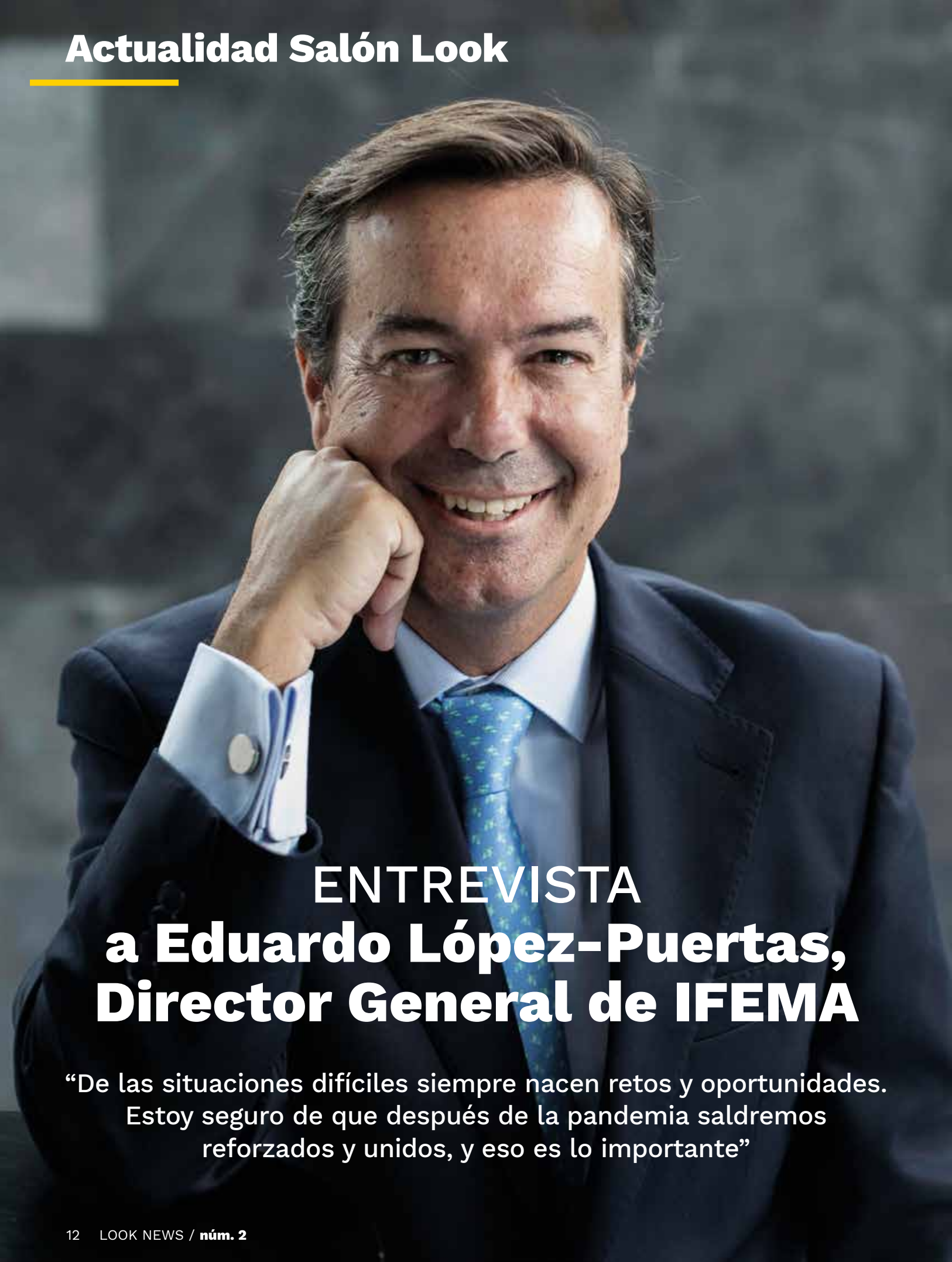
Los protagonistas cromáticos serán los pequeños contrastes. Te proponemos Tres looks como los protagonistas de esta colección.
RESILENCE K-NOW, la nueva colección de Kemon, nos muestra un nuevo modo de concebir la realidad: la capacidad moral y estética de afrontar todas las situaciones cambiantes del entorno que nos rodea.
Tres looks son los protagonistas de esta colección:
- SHIMMER, con el que rescatamos un corte que fue un icono en los años 90, el Bowl Cut, con perímetros más ligeros y geometrías ya conocidas.
- FILLER, muestra como la ya conocidísima línea de corte Lob sigue siendo actual gracias a nuevos movimientos y texturas.
- Con INFUSION, delicadas texturas internas se apoyan sobre perímetros geométricos, una combinación perfecta entre elegancia y funcionalidad.
Las colecciones K-NOW de Kemon no son sólo moda, se convierten en propuestas reales de servicio en el salón. Looks adaptados a las tendencias de esta temporada, pero susceptibles de personalizar según la demanda y estilo de cada cliente.

PERFECT BEAUTY "INNOVAMOS EN BELLEZA"

Productos utilizados por profesionales de los más destacados salones de belleza y peluquería.
Perfect Beauty SL, una empresa fundada por tres profesionales con más de 30 años de experiencia en el sector de peluquería y estética con la misión de proporcionar al canal profesional productos de calidad e innovadores. Una compañía enfocada a dar el mejor servicio a un precio competitivo. Para ello contamos con un equipo humano de 25 profesionales, distribuidos en distintos departamentos; atención al cliente, ventas, control de calidad, servicio técnico, I+D+I., marketing y administración, con 600 m2 de oficinas, y un almacén de 7.000 m^2 de superficie.
Nuestro objetivo es proporcionar a los profesionales una amplia variedad de productos para facilitar el trabajo en los sectores de peluquería y estética.
Solo hay un camino para lograr un producto de la mayor calidad, vanguardia y última tecnología, y ese camino es el de la innovación.

LOS INTERNATIONAL HAIRDRESSING AWARDS® ANUNCIAN LOS FINALISTAS DE SU TERCERA EDICIÓN

Los 15 finalistas de las cinco categorías, elegidos por el jurado entre los cientos de colecciones participantes, proceden de 7 países: Holanda, Italia, Taiwán, Malasia, Estados Unidos, España y Reino Unido. La tercera edición de los International Hairdressing Awards® tendrá lugar en febrero de 2021 en un formato nuevo y sorprendente.
Best International Women's Commercial Collection: Emma Simmons (United Kingdom / Nicola Smyth (United Kingdom) / Anne Veck (United Kingdom).
Best International Men's Commercial Collection: Gianluca Caruso (Italy) / Pelsynera (Spain) / Terri Kay & Andrea Giles (United Kingdom).
Best International Avant-garde Collection: Dicksum Low (Malaysia) / Mark Van Westerop (Netherlands) / Visavis (Taiwan).
International Artistic Team of the Year: Beauty Underground (USA) / Mark Leeson Art Team (United Kingdom) / X-presion (Spain).
International Hairdresser of the Year: Antoinette Beenders (USA) / Sally Brooks (United Kingdom) / Errol Douglas (United Kingdom).
Las quince colecciones finalistas han sido elegidas con la ayuda de un jurado excepcional, formado por cinco iconos de renombre de la industria: Mark Hayes, Vivienne Mackinder, Sam Villa, Tracey Hughes y Antonio Bellver.



ENTREVISTA
a Eduardo López-Puertas, Director General de IFEMA

"De las situaciones difíciles siempre nacen retos y oportunidades. Estoy seguro de que después de la pandemia saldremos reforzados y unidos, y eso es lo importante"

Eduardo López Puertas, tras cuatro años de trayectoria al frente de la Dirección de IFEMA, nos habla sobre las plataformas digitales en las que está trabajando la institución que aportan un gran valor añadido en la situación actual y un perfecto complemento a la actividad presencial, que vendrá a impulsar el servicio a los sectores, la internacionalización, y la optimización de los eventos.

¿Cómo está afrontando IFEMA estos cambios hacia la digitalización?
IFEMA lleva mucho tiempo trabajando en la digitalización como uno de sus ejes fundamentales de su transformación. Siempre hemos pensado que el complemento ideal de una feria presencial debe ser un servicio digital que se convierta en un valor añadido para nuestros clientes. Es por esto, por lo que desde hace dos años se viene haciendo una gran inversión por desarrollar una estrategia digital sólida que busque el beneficio de las empresas y el crecimiento sostenible de IFEMA.
Si ahora, además, le sumamos que, debido a la pandemia, los eventos presenciales se han visto afectados directamente, desde IFEMA estamos trabajando en potentes plataformas digitales que aportan un gran valor añadido a las ferias y que funcionan como complemento perfecto para la optimización del evento. Tenemos el mejor de los casos en la comunidad de Fruit Attraction Live-Connect, que ha sido todo un éxito de participación, de alcance y de interacción y negocio, y que va a ser ejemplo para muchas otras ferias otras ferias.

¿Es el sector de la estética y peluquería un sector al que pueda beneficiar la digitalización?
En el sector de la estética, la digitalización va a ser un factor que va a ayudar a crecer de forma exponencial, no solo a recuperarse, sino a adaptarse a la nueva realidad y a las nuevas necesidades del contexto actual. Es un sector que da empleo a un gran número de profesionales, formado por empresas, centros, establecimientos, negocios a pie de calle; un sector innovador y en constante evolución que va a necesitar de todo tipo de herramientas, incluidas las digitales para superar esta situación.

IFEMA: una organización ferial hiperconectada

IFEMA es el primer operador de España y uno de los más importantes de Europa dentro del circuito internacional de la industria ferial y congresual. Fundada en 1980, IFEMA es un consorcio constituido por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria y la Fundación Montemadrid. Nuestra actividad supone un impacto económico para el territorio de 4.374 millones de euros y genera más de 26.000 empleos.

¿Cómo ha reaccionado Salón Look al contratiempo de trasladar la celebración de la edición de 2020 a 2021?
Salón Look está formado por un equipo de auténticas profesionales que ante las situaciones adversas se crecen. No hemos podido hacer la feria, es cierto, pero aquí tenemos el proyecto de LookNews, que el equipo liderado por Julia González, ha ideado para que la comunidad de la feria siga en contacto y no se pierdan las actualizaciones que se hubieran podido dar a conocer en la celebración de la feria este año.

¿Qué perspectivas tiene IFEMA y Salón Look para 2021?
Las perspectivas son retomar la actividad presencial y por supuesto celebrar todas nuestras ferias, incluido Salón Look. Esperemos que mejore el contexto económico y sanitario y podamos seguir sirviendo de herramienta de desarrollo y de apoyo del sector, como principal objetivo de IFEMA.

Un mensaje positivo que trasladar a todos nuestros lectores...
De todo bache siempre se sale. El primer trimestre de 2020 para IFEMA fue realmente bueno y después nos vimos abocados a cancelar y posponer nuestras ferias por causas de fuerza mayor como todos sabemos. Sin embargo, de todos los malos momentos siempre nacen retos y oportunidades. Estoy seguro de que después de la pandemia saldremos reforzados y unidos, y eso es lo importante. ■

SALÓN LOOK

Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral

MADRID - ESPAÑA

SÓLO PROFESIONALES

#SALONLOOK2020

ifema.es/salonlook

IFEMA Feria de Madrid

Te esperamos en Salón Look del 22 al 24 de octubre de 2021