



**Pág 16**

## Las ferias del futuro:

perspectivas y retos del sector de Bienes de Consumo y Estilo de Vida

**Pág. 4**

Luis Romero, sentido y sensibilidad

**Pág. 6**

Al habla con nuestros expertos

**Pág. 10**

Nos han dejado dos grandes del sector

**Pág. 12**

Lo último en novedades de nuestras marcas expositoras



# EDITORIAL

## EXPERIENCIA E INSPIRACIÓN

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



Actualmente nos encontramos en un entorno cambiante, VUCA (vulnerable, incierto, complejo y ambiguo). Los acontecimientos que hacen temblar nuestra economía, sociedad y modelo de vida se producen cada vez, de manera más rápida e inesperada. La crisis financiera, la nueva era digital y ahora la crisis del coronavirus, que nos da otra vuelta de tuerca. No hay referentes anteriores, es preciso que para salir airosos de esta situación crítica, aportemos a las soluciones: tecnología, creatividad, innovación, colaboración, solidaridad, y valores .

En este número de la revista contamos con un gran elenco de expertos que cada día se enfrentan a diferentes situaciones utilizando estos recursos y además son tremendamente inspiradoras. Está demostrado que actualmente depositamos nuestra confianza en aquellas personas u organizaciones que nos inspiran, que son agentes de cambio, que nos impulsan a ser mejores, a crecer, que manifiestan valores y desprenden autenticidad.

Nuestros expertos, desde sus diferentes áreas, inspiran a los demás, conectan sus valores personales a su propósito. Son auténticas, coherentes, y generan emociones e impactos positivos en los demás y por extensión, en la sociedad. Su experiencia nos sirve de referente.

Os animamos a conocer un poco más de ellos y a dejaros llevar por las emociones positivas que seguros os generan.....

OCTUBRE -  
NOVIEMBRE  
2020

¡SIGUE CONECTANDO  
CON TUS MARCAS EN  
**LOOK NEWS!**

S A L Ó N  
**LOOKnews**  
CONTACTAR · IMPACTAR · INNOVAR · COMUNICAR

OCTUBRE -  
NOVIEMBRE  
2020



# Sumario

## Portada



DUALITY The Intercoiffure Collection  
**Vicepresidente artístico:** José Besó • **Director artístico:** Manuel Mon • **Equipo artístico:** Alejandro Buil, Héctor Carvajal, Amparo Fernández, Cinthia Peyrache y Jesús Romero  
**Estilismo:** Visori Fashionart • **Diseño de moda:** La Bohème, Gustavo Lemos, Jorge del Buey • **Diseño de tocados:** Silvia Peinado • **Fotografía:** Bernardo Baragaño - vertigoestudio.com  
• **Video:** Gonzalo Iglesias - vimeo.com/gonzaloiglesias • **Maquillaje:** María Montes, Helena Truébano - Salón Manuel Mon • **Patrocinio y productos:** Revlon Professional

## 4-5

La entrevista  
Luis Romero, sentido y sensibilidad.



## 6-9



### El Reportaje

Al habla con nuestros expertos: Jesús Muñoz, Ramon Ricote, Rosa M<sup>a</sup> Cruz Marcos y Antonio Jaumandreu Auer.

## 10-11

### Nos han dejado

Hemos sufrido la pérdida de dos grandes del sector: José Ramón del Valle, fundador de Termosalud y Francesc Adam, fundador y administrador gerente de Montibello.

## 12-16

### Lo último



## 16-17

### Actualidad Salón Look

Las ferias del futuro: perspectivas y retos del sector de Bienes de Consumo y Estilo de Vida  
IFEMA obtiene el Premio OPC Madrid a la Profesionalidad 2020.

S A L Ó N  
**LOOK**

Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral



### Marcas y empresas colaboradoras LOOK NEWS

3 CLAVELES · ACADEMIA CASANOVA · ALTERLOOK · AMABILIA · ANEPE · ARDELL PROFESSIONAL · ARTISTIC · B2 EUROPE · BEAUTYMARKET · BRAZIL 2 EXPORT (CAVIAR GOLD-SWEETEZ) · C&C MAGAZINE · CINCOS · COIFFURE PROFESSIONNELLE · D'ORLEAC · DPG MEDICAL-ESTETIC · DUNASOFT · ESTETICAMODACABELLO · EXPERTOS EN ESTETICA · GUINOT · IBD · IBEROCEL · INDUSTRIAS ORIOL · INSIGHT · KATAI · KEMON · KERAPRO ADVANCED · LA MODA EN LAS CALLES · LEASEIR · MARY COHR · MR. TOOLS · NATURALMENTE · NATURNUA · NOVASONIX · PARAÍSO COSMETICS · PARLUX · PELUQUERIAS · PERFECT BEAUTY · PIERRE RENÉ · PREVIMUTUA · PROBELLEZA · SAPPHIRE · SEENA OWELL · SIPANIA · STANPA · STEINHART · TERMOSALUD · THUYA

LOOK NEWS. Número 3 / Diciembre 2020

MADRID - ESPAÑA

SÓLO PROFESIONALES



# Luis Romero, sentido y sensibilidad



Luis Romero.

Luis Romero es un empresario de éxito. Tiene una máxima no meterse en negocios que no son de su sector. Trabajar mucho y con ilusión, interés por aprender y mejorar continuamente. Sin duda Luis es uno de los grandes referentes del sector en nuestro país.

### **Copropietario de Peluquerías Romero, salones de peluquería, formación, asesoría y productos ¿El secreto está en la diversificación?**

No hay secretos; trabajo, constancia, equilibrio y evaluar muy bien las oportunidades centrándose en aquello que sabemos hacer mejor. Todo esto eran premisas válidas en otro tiempo. Hoy las reglas de juego han cambiado, los principios y valores de otro tiempo necesitan ajustes para encajar en el momento que vivimos. El reto actual está en ajustar las estructuras a un mercado nuevo, que se mueve por canales que eran impensables.

### **Centrándonos en la formación ¿Por qué es tan importante e imprescindible formarse constantemente?**

La formación la hemos basado y orientado siempre en aspectos técnicos y artísticos. En estos momentos la formación debe orientarse en muchos campos como el empresarial. De aquí nacen variables hacia otros campos en el que se mueven los consumidores actuales; hay que manejar herramientas como el marketing, la comunicación (redes), psicología (comprender al cliente), etc. Estos nuevos campos exigen dedicación y sacrificio en tiempo y dinero. No hacerlo es renunciar al crecimiento personal y empresarial. En el instituto Romero ofrecemos formaciones para cada necesidad. Sin formación bien orientada se dan “palos al aire” y no se avanza. La formación es la clave del éxito, pero debe estar planificada para alcanzar metas.

### **Intercoiffure. Cuéntenos ¿Qué significa esta asociación de peluqueros para usted?**

Intercoiffure es una organización mundial, presente en 70 países y que acoge a más de 4.000 profesionales. Su slogan original AMISTAD Y CULTURA, hoy ampliamos en busca del conocimiento. Los salones asociados se distinguen por su ESTRELLA visible para los clientes como un símbolo



de calidad y compromiso. Intercoiffure mundial tiene su sede en París. Luego cada país tiene su sección, que a su vez crea subsecciones locales donde sus miembros llevan a cabo multitud de actividades de tipo profesional y cultural. Cada país crea sus actividades anuales; colecciones, congresos, talleres, conferencias, etc. Y una vez al año se hace un Congreso Mundial. Además, existe la fundación Guillaume, que es una plataforma maravillosa que busca y promociona jóvenes talentos de todo el mundo. Existe otro programa llamado "Education For Life", que ayuda a jóvenes de países con poco desarrollo a su formación como profesionales de la peluquería.

## La formación la hemos basado y orientado siempre en aspectos técnicos y artísticos

En Intercoiffure España, contamos con el apoyo de una gran firma como Revlon Profesional y ESTAMOS abiertos a todos aquellos profesionales del sector que comparten estos valores: AMISTAD Y CULTURA.

### **El próximo Congreso Anual de Intercoiffure tendrá como lema Innova y crea. ¿Por qué es tan importante celebrar este congreso anual que une el mundo de la empresa con el de la formación?**

Si comprendemos que un salón, es una empresa y que esta tiene unas necesidades para alcanzar unas metas, veremos que la formación tiene varias ramas: La técnica, es decir alcanzar la destreza necesaria para ejecutar con precisión cada tarea que exige un servicio de calidad, pero además otras áreas de organización, planificación, control, etc. En nuestros congresos abarcamos, tanto la parte artística y creativa como la técnica y empresarial. Contamos con los mejores ponentes y con un equipo artístico liderado por José Besó y Manuel Mon, contando con la colaboración de los mejores talentos actuales.

Pasemos a la faceta personal. Multidisciplinar, gran amante de las artes



**Luis Romero, Presidente de Intercoiffure España.**

y del arte, barítono, escultor, con una indiscutible faceta solidaria.

### **¿La música y el arte son el alimento del alma?**

Detrás de cada profesional de la peluquería existe siempre un artista. En mi caso me han acompañado otras facetas del arte como la música (dentro de la música la Opera) y la escultura, aunque solo desde el plano de aficionado (no vivo de ello). En la peluquería han destacado

geniales escultores como Guillaume, Daniel Blanco y Luis Llongueras y otros muchos menos conocidos. El arte siempre va ligado a esta profesión que precisa de una gran sensibilidad y conocimiento. El arte, como tú dices, "alimenta nuestro espíritu".

### **Para terminar ¿La vida es sueño?**

Eso decía Calderón de la Barca, pero si fuera así no nos llevaríamos tantos disgustos. El día a día te saca del sueño a una realidad, a veces muy complicada donde tomamos decisiones que nos conducen a un lugar u otro. No siempre acertamos y aunque dicen que de los fracasos se aprende, nadie cuenta los que se quedan en el intento. La vida no es fácil, el éxito en cada especialidad, muy difícil y sólo unos pocos destacan en cada profesión, aún así (como diría mi padre) intentemos vivir y disfrutar a cada paso de este camino. Si no caminas en busca de una meta, es fácil perderse y llegar a ninguna parte. ■

## INTERCOIFFURE

La Asociación Internacional de Maestros Peluqueros Intercoiffure nació en 1925 en Alemania. En la actualidad forman parte de Intercoiffure más de 3.000 salones en 55 países. Intercoiffure es, por tanto, un referente de calidad internacional.

La Sección Intercoiffure España se incorporó a esta gran organización en 1984 de la mano de excelentes creadores. Nombres que lideraron, junto a otros grandes profesionales, los primeros años de Intercoiffure, contando siempre con el apoyo de la marca Revlon Professional. A lo largo de estos años se han ido incorporando a Intercoiffure los nombres más importantes de la peluquería española, conscientes de la fuerza de la amistad y de la unión.



**Santiago Vila, Luis Romero, José Besó, Julia González y Charles Waters en los encuentros que reúnen año tras año a los miembros de Intercoiffure en Madrid, un clásico dentro del marco de Salón Look.**

## Al habla con nuestros expertos

### Jesús Muñoz

Nuestro primer experto ha recorrido un largo camino. A los dieciséis años comenzó a trabajar en un salón de peluquería. Treinta y cinco años después nos encontramos ante uno de los mayores expertos en Retail profesional del sector.



#### ¿Puede considerarse una marca cómo profesional si se vende sin una prescripción profesional?

Bajo mi punto de vista no, profesional es un adjetivo que según la RAE significa algo perteneciente o relativo a la profesión luego ya desde el lenguaje se define muy bien que es una categoría de producto que ha de ser gestionado por un profesional, todavía queda más claro considerando que su antónimo es amateur o aficionado.

Dicho esto, la gran paradoja es que los profesionales están siendo borrados de los beneficios de esta gestión. Todos sabemos que cuando un consumidor compra un producto profesional en pongamos Amazon es prácticamente seguro que antes ha recibido una recomendación en un salón no dejando pues de ser irónico que aunque no sea consciente, el profesional ejerce de prescriptor en un alto porcentaje de las ventas que luego se producen online. Es un círculo vicioso en el que la víctima es indudablemente el profesional.

#### ¿La tecnología puede llegar a convertirse en nuestro enemigo?

Si, puede llegar a ser nuestro enemigo. Imagina la pérdida de credibilidad que sufre un profesional cuando en su salón recomienda un producto e inmediatamente su cliente lo encuentra mucho más barato consultando su teléfono. No afecta solo a ese producto que deja de vender sino al daño reputacional que sufre el prescriptor. El primer activo de un salón es su reputación y la posibilidad de que el cliente se sienta engañado no hay que tomársela a la ligera.

#### El primer activo de un salón es su reputación

Para la marca tampoco es un escenario ideal pues la consecuencia es la ruptura de la cadena de construcción de valor de un producto y aunque en el corto plazo perjudica

al salón en el largo supone una pérdida de valor importante también para la marca aunque en algunos casos esta puede llegar a compensarlo con un aumento de volumen de venta. Te podría citar multitud de ejemplos...

#### ¿Es posible controlar todos los canales online de distribución?

Tenemos que diferenciar canales de distribución online propios o de terceros. Los propios serían aquellos de la propia marca y sus distribuidores mientras que los de terceros serían plataformas ajenas a “la distribución autorizada”.

Dicho esto, desde diciembre de 2017 un fabricante puede prohibir a sus distribuidores vender en plataformas online de terceros. Esto quiere decir que una marca podría legalmente evitar la venta que se produce en Amazon, Ebay, Mercado Libre, Walapop...

Establecido pues que legalmente es posible tan solo se requiere invertir en sistemas de trazabilidad que hoy en día son accesibles incluso para pequeñas marcas. Aquí la tecnología se puede convertir en nuestro aliado, es posible controlar cada unidad desde su fabricación hasta su venta al cliente final.

Como conclusión podríamos decir que en la práctica es posible mantener una distribución exclusivamente en el canal profesional pero para muchas marcas el volumen actual de ventas en estas plataformas es tan grande que cortar ese canal les generaría un daño irreparable por lo que nunca van a tomar ese camino. ■

# Ramon Ricote

Seguimos con uno de los más reputados decoradores e interioristas del momento, Ramon Ricote, director creativo de Amabilia

## ¿El concepto y la inspiración son elementos importantes en una reforma?

Si indudablemente, si me permites voy a ponerte como ejemplo el recién inaugurado centro técnico de KEMON. Hemos realizado una transformación en el que los asistentes pueden sentir los valores de la marca. Tres salas de formación: una sala teórica de conferencias cuidadosamente decorada, vanguardista y de gran capacidad, una amplia, luminosa y moderna sala para trabajos prácticos provista de tocadores y lava cabezas de última generación, y una tercera sala de reuniones, para poder desarrollar diferentes formaciones simultáneamente.

## ¿Es imprescindible que un peluquero recurra a marcas profesionales de prestigio en la decoración de su salón?

Evidentemente, en este caso hemos contado con las prestigiosas marcas de mobiliario de peluquería TAKARA BELMONT Y PAHI. Además, se deben introducir elementos con la máxima tecnología, tanto en dispositivos audiovisuales, como en el mobiliario de peluquería, insisto.

---

Hemos realizado una transformación en el que los asistentes pueden sentir los valores de la marca

## ¿El reciclaje y la optimización de la energía, rodeado de elementos naturales son temas recurrentes en sus proyectos?

Sí. En este proyecto en concreto los detalles, la decoración, y el aroma natural de los jardines verticales transportan a los visitantes a un entorno lleno de naturaleza, al mismo corazón de Italia donde reside la central de KEMON junto a sus cultivos de agricultura biológica. Siguiendo con el compromiso con el Medio Ambiente, se ha utilizado un gran número de materiales reciclados, se ha desarrollado una importante optimización energética en todo el centro, y además todos sus elementos verdes son plantas reales y naturales. ■





## Rosa M<sup>a</sup> Cruz Marcos

El siguiente experto es una esteticista. Es presidenta de FANAE, AECOMA. Representante patronal del sector, asesora externa del INCUAL, FUNDAE, articulista en revistas del sector, ponente en ferias y congresos nacionales e internacionales



### **¿A qué retos se enfrentan los profesionales en la nueva realidad que nos toca vivir?**

Son muy relevantes ya que lo primero es tratar de afrontar los desafíos empresariales que la crisis provocada por la pandemia Covid-19 ha causado en el Sector de la Estética. Lo segundo, realizar una recuperación lenta, adecuando la financiación y gestión del negocio a la nueva realidad, dependiendo de las reformas fiscales y las ayudas gubernamentales.

---

La formación siempre es un valor muy apreciado por los profesionales de la estética

### **¿Qué consejos darías a las esteticistas para conseguir adaptarse y salir airoso del panorama actual?**

No tengo desgraciadamente, una bola de cristal y cada centro es diferente pero lo principal, según mi opinión, es valorar lo que se tiene (Salud, centro, productos, personal y los EPIS que ofrecen total garantía de seguridad al público), y tener una gran empatía y comunicación activa con el cliente que es, en definitiva, el que mantiene la puerta del centro abierta.

### **¿Por qué ahora más que nunca es necesario formarse?**

La formación siempre es un valor muy apreciado por los profesionales de la estética, ya que les aporta conocimientos nuevos para su crecimiento personal y profesional, aunque en estos momentos, dicha formación irá unida a la necesidad imperiosa de trabajar para mantener su puesto de trabajo. ■



# Antonio Jaumandreu Auer

Y para terminar, Antonio Jaumandreu, abogado y consultor de empresas con más de 30 años de experiencia en el sector de la imagen personal

## **¿Una relación próxima con el asesor jurídico permite operar de un modo más rentable?**

Sin duda. Hoy son tantas las obligaciones legales que un empresario, grande o pequeño, debe conocer, que el apoyo de un buen asesor legal es imprescindible. Recordemos aquello de que la ignorancia de las leyes no exime de su cumplimiento. Un empresario, un autónomo, no tienen forma humana de conocer todas las normas vigentes, pero están obligados por ellas.

## **¿Qué consejo daría en estos momentos a un profesional de la belleza?**

Dicen que de las crisis surgen oportunidades. Hay que planteárselo así: el forzoso parón, total o parcial, que están padeciendo les ha dejado por desgracia mucho tiempo libre para pensar estrategias, y de entre

Un empresario, un autónomo, no tienen forma humana de conocer todas las normas vigentes, pero están obligados por ellas

ellas las de enfocar su negocio al cliente, convertir su servicio en una experiencia lejos de lo rutinario deberían ser a mi modo de ver las principales. Sin descuidar una vez más el aspecto legal: dependiendo del enfoque empresarial la rentabilidad puede ser mayor o menor.

## **¿Estamos sobre informados?**

Probablemente. Pero creo que hay que apelar a la madurez de cada uno para saber separar el grano



de la paja. La información debe afrontarse siempre con espíritu crítico: no todo lo que nos llega es cierto ni fiable. La habilidad está en recibir, procesar y reaccionar de acuerdo con la filtración que haga-

mos de esa información. Igual que al comprar no nos dejamos llevar simplemente por quien nos dice sin más que tiene el mejor producto, con la información sucede lo mismo: hay que contrastarla. ■

# Nos han dejado

## Nos han dejado dos grandes del sector

No queremos perder la oportunidad de reconocer y honrar la memoria de dos empresarios del sector de la belleza que han fallecido

### José Ramón del Valle, fundador de Termosalud



José Ramón del Valle pronto descubrió que lo suyo era arreglar y crear aparatos saludables. Experto en electrónica, en 1993 dio nombre a una empresa familiar en la que ya trabajaba y que hoy da empleo a más de 50 personas: Termosalud.

El empresario gijonés falleció el pasado día 30 de septiembre, a los 77 años, de un cáncer diagnosticado hace un año. Pese a la enfermedad, hasta que la pandemia obligó a confinar al país, en marzo pasado, Del Valle acudía cada día a su despacho

en el polígono de Los Campones, donde tiene una fábrica de más de 5.000 metros cuadrados especializada en productos de salud y belleza. Sus hijos, Iván y Álvaro, que aprendieron jugando, están hoy al frente de un equipo que ha creado, entre otras, más de 400 instalaciones spa, así como equipos estéticos instalados en más de 150 centros de 15 países. También son expertos en máquinas cardiosaludables, así como especializadas en tratamientos de fisioterapia. El Grupo Covadonga, por

ejemplo, implantó equipos de Termosalud en sus instalaciones en 2019.

Los trabajadores de Termosalud, dicen en un comunicado, que su fundador, José Ramón del Valle, era "un hombre hecho a sí mismo y muy bondadoso".

Según su plantilla, "se ha ido el creador de una empresa familiar de verdad, en la que todos nos sentimos arropados".

José Ramón del Valle descansa en el Tanatorio Jardín El Lauredal-Noega, en la sala Los Tilos de Gijón. ■



# Francesc Adam, fundador y administrador gerente de Montibello

Familiares, amigos, los empleados de Montibello y el mundo de la cosmética profesional despiden al que fuese un referente a nivel humano y profesional.

El pasado viernes, 6 de noviembre, a consecuencia de una insuficiencia respiratoria nos dejó Francesc Adam. La huella que nos deja es imborrable. Ha sido un ejemplo a seguir para todos nosotros. Deja un gran vacío en el sector de la cosmética profesional. Aquellos que lo conocieron de cerca lo definen como una persona tremendamente humana y honesta, que amaba inmensamente la vida, además de ser un trabajador incansable y con un gran tesón. Estas cualidades lo llevaron a ser una de las personas más queridas y respetadas del sector de la cosmética profesional. No en vano, durante una larga etapa de su trayectoria profesional fue presidente del Comité de Peluquería

---

## Trabajar duro por y para los profesionales de la peluquería y de la estética

Profesional de STANPA (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética), la patronal del sector.

Así era Francesc Adam, un visionario, químico de profesión que, en 1967, con tan sólo 27 años, decidió emprender, junto a Francisco Muria, director comercial, su propio camino y fundar Montibello, una firma de cosmética que trabajase en exclusiva para los salones profesionales de peluquería y estética.

Los inicios no fueron fáciles. Para poner en marcha la empresa, buscaron financiación entre familiares y amigos. Así arrancó Montibello, que en sus inicios tenía su sede en el barrio del Poblenou de Barcelona. En el año 1975, debido a su crecimiento, la empresa se trasladó a El Prat.



Desde el primer momento, se constituyó como una de las pocas compañías a nivel internacional con el concepto de belleza global como eje de su negocio. La exclusividad con el canal profesional, la innovación, la honestidad y proximidad con sus clientes y la formación de primer nivel han sido los valores a los que la compañía siempre se ha mantenido fiel. Unos pilares sólidos que, sin duda, contribuyeron a que, en poco tiempo, se convirtiese en la primera empresa española de cosmética profesional en número de clientes y en penetración de mercado en el sector de la cosmética profesional.

Más de cinco décadas después, la marca, que fabrica íntegramente sus productos en su sede de El Prat, es una marca referente tanto a nivel nacional como internacional y está presente en América, Europa y Asia,

destacando su fuerte presencia en Chile, Polonia e Inglaterra. Hace tres años, durante el 50 aniversario de la compañía, Francesc Adam aseguró que “trabajar duro por y para los profesionales de la peluquería y de la estética, dar cada día un paso pequeño o grande, pero siempre en la buena dirección, ha sido el secreto para mantenernos en una posición privilegiada durante tantos años. Para él, el futuro de la compañía pasaba, sin lugar a dudas, por “continuar apostando por la exclusividad y el compromiso con el canal profesional, nuestros mejores prescriptores”. Los trabajadores de Montibello seguirán manteniendo el espíritu entusiasta y de vocación por el sector de su fundador, Francesc Adam, un audaz químico cosmético que logró cumplir un sueño al que llamó Montibello. ■

## TRATAMIENTO IMPULSOS DE JUVENTUD



Aúna los beneficios de dos equipos únicos: **Jet Peel** y V-Formv 10 para ofrecer a la piel una belleza sublime. Sesión en cabina.

Cómo actúa V Form v10: Este equipo incorpora el cabezal ST que realiza un tratamiento

do de la piel. Para ello, dispone de tres canales de radiofrecuencia y un cuarto canal que combina los tres modos para asegurar una acción a mayor profundidad. Para obtener buenos resultados se recomiendan 5 sesiones anuales con un intervalo mínimo de 21 días.

Cómo actúa Jet Peel: Este equipo acelera una solución salina utilizando aire a presión a velocidades supersónicas.

## UN ESMALTE EN GEL QUE ROMPE LAS REGLAS DEL MERCADO

**Katai Gelfix** ofrece una relación calidad-precio indiscutible y reconocida por profesionales del sector.

Además de colores llamativos y con gran oferta entre los que elegir, las clientas también buscan un toque especial durante épocas señaladas del año. Katai Gelfix conoce esta necesidad de su contacto con manicuristas profesionales y, añadido a los más de 50 tonos que tiene en catálogo, presenta colecciones temporales especiales. En esta ocasión, con la cercanía de las Navidades, la firma reinventa los colores clásicos en una combinación tricolor perfecta, con sus tonos Montreal, Nome y Singapur. El rojo navideño se transforma en un granate intenso, las luces y los brillos de las fiestas se intensifican en detalles o uñas



completas en dorado, y los neutros completan la apuesta.

## BALLANCER 606@ UNA APUESTA SEGURA PARA SU NEGOCIO

Este compresor está basado en la tecnología conocida y fiable de la marca de renombre mundial Lympha Press®-de Meگو Afek (línea médica). Está fabricado con la última tecnología de pantalla táctil de total control por parte del usuario.

**Ballancer 606@** tiene un nuevo diseño pequeño, moderno y de sobremesa. Además, combina en sus programas de tratamientos los diferentes ciclos disponibles. Para así asegurar resultados óptimos, según sea la alteración del cliente en cada sesión. Una pantalla táctil, muy fácil de usar y que dispone de imágenes de las zonas a tratar. Numerosos programas que ya están incorporados en la memoria del equipo, tanto a nivel de extremidad inferior como superior, con lo que la selección y programación de este es rápida y sencilla.



## NUEVO LANZAMIENTO VELO MASCARILLA VITALITY

**Paraíso Cosmetics** lanza un producto, Velo Mascarilla dentro de su Tratamiento Vitality. Velo Mascarilla con Flor de Edelweiss del Tratamiento Vitality. Capacidad antibacteriana y purificante, ayuda a bloquear los UV y protege la piel de las radiaciones solares. Su novedoso tejido de algodón con fibra de frutas está impregnado con un sérum concentrado en activos anti-aging e hidratantes. Ideal para regenerar la piel tras el uso de la mascarilla.



## LA ÚLTIMA INNOVACIÓN EN PESTAÑAS MAGNÉTICAS REVOLUCIONA LA CATEGORÍA DE LAS PESTAÑAS POSTIZAS



Ahora **Ardell** ha mejorado sus ya exitosas pestañas magnéticas con un innovador sistema con eyeliner magnético, haciendo su aplicación aún más fácil. Es tan sencillo como aplicarse el Gel Liner magnético de Ardell (como si lo hicieras con uno tradicional) y presionar ligeramente la pestaña sobre el eyeliner para que sus pequeños imanes se unan al pigmento magnético del gel. Las nuevas

pestañas Ardell Magnetic Eyeliner están disponibles en:  
- Packs que contienen 1 par de pestañas magnéticas + 1 eyeliner. Disponibles 4 modelos de pestañas en kit (Wispiers, Demi Wispiers, 110 y Accent).  
- Formato Single Pack (1 par de pestañas) para aquellas consumidoras que quieren tener más variedad de modelos para el día a día y ocasiones especiales. Estas pestañas se aplican usando el eyeliner magnético disponible también en pack individual.

## ÚLTIMO TRATAMIENTO GUINOT: FOOT PEELING

Suavidad y juventud para mis pies. Efecto juventud 30 min. de eficacia.

Descubre el nuevo tratamiento de peeling para tus pies. Un tratamiento único que aporta suavidad y juventud a tus pies. Foot Peeling es el nuevo tratamiento **Guinot** con resultados de belleza inmediatos: se aplica en cabina por parte de nuestras esteticistas expertas.

**RESULTADOS:**  
La planta de los pies está suave, lisa y visiblemente regenerada. La parte superior está más suave y rejuvenecida. Los pies están bonitos y suaves. Consigue pies más cómodos y jóvenes. ¡Las durezas se reducen visiblemente, la piel de los pies queda lisa y suave, como "nueva"!





## LAS NOVEDADES 2020 DE INDUSTRIAS ORIOI PARA ESTÉTICA Y COSMÉTICA



Productos de un solo uso, línea higienizante, accesorios de manicura y pedicura, cosmética facial para tratamientos de cabina y productos de maquillaje y depilación. En **Industrias Oriol** no descansamos nunca y no dejamos de trabajar en próximas novedades para el catálogo. Nos renovamos continuamente con nuevos productos, cosméticos, eléctricos y

todo tipo de accesorios y complementos para el profesional de la peluquería, barbería, belleza y estética.

## 9 MOTIVOS PARA CONTRATAR LA PÓLIZA DE ASISTENCIA SANITARIA DE PREVIMUTUA

**Previmutua** está orientada a cubrir las necesidades del colectivo profesional de la peluquería, la estética y el bienestar. Por eso, cada pequeño detalle importa.

- PREVIMUTUA transmite confianza.
- PREVIMUTUA es sinónimo de compromiso.
- PREVIMUTUA permite ganar tiempo.
- PREVIMUTUA es exclusividad (a tu medida).
- PREVIMUTUA son coberturas adaptadas a ti.
- PREVIMUTUA cree en el poder del colectivo.
- PREVIMUTUA te convierte en propietario.
- PREVIMUTUA es pagar solo por lo que necesitas.



## TRATAMIENTOS REAFIRMANTES MARY COHR

Tratamiento Lifting Firmeza (rostro, cuello y escote) Age Firming. El rostro luce visiblemente más firme: las facciones quedan más lisas, las arrugas quedan atenuadas y la tez luce radiante. Este Tratamiento actúa para exfoliar los signos de la edad y del cansancio gracias a la asociación de potentes activos de Firmeza. LAS CLAVES DEL TRATAMIENTO: Exfoliante Doble Dermoabrasión elimina las células muertas y rejuvenece el aspecto de la piel gracias a su doble acción mecánica y enzimática. El Modelado Firmeza, el masaje que devuelve la elasticidad y firmeza a la piel gracias a las maniobras reafirmantes y alisadoras del lifting. Marcador Antiarrugas con Ácido Hialurónico se desplaza en cada arruga e iguala la superficie de la piel para un efecto visible inmediato. La Mascarilla Lifting Firmeza Rostro y Escote propaga sus activos Firmeza en el corazón de la piel.



## RADIOFRECUENCIA Y LED CONTRA LA CAÍDA DEL CABELLO

**Onix** incorpora un nuevo manipulador con electrodos curvos para ampliar su abanico de tratamientos. Revitaliza los folículos pilosos, mejora la circulación sanguínea para conseguir un cabello más sano, fuerte y vital.

Después del verano, en pleno cambio de estación y de clima, el cabello se fragiliza, pierde su vitalidad y cae. Son ciclos naturales, pero si añadimos la ansiedad, el estrés causado y acumulado por los meses de confinamiento, la incertidumbre, el trabajo y las rutinas diarias, tenemos un cóctel nefasto que lo acusa también el cabello. ¿Cómo?. Con un aumento en la pérdida de masa capilar, que puede llegar a visualizarse en zonas más clareadas como las sienes y coronilla en donde la caída se hace más evidente, tanto en hombres como en mujeres.



## NUEVO KIT GLITTER EFFECTS

Crea todo lo que puedas imaginar con nuestro nuevo kit de decoración. Los Nail arts más especiales gracias a tres nuevos efectos y dos nuevos esmaltes permanentes gel on-off Miss Glitter.

Por un lado, consigue las manicuras más glamorosas con los dos nuevos tonos Miss Glitter. Su brillo es súper intenso gracias a sus partículas de purpurina, tienen una increíble textura de gel aplicándose con un pincel de gel y se secan en lámpara. Envasados en tarro de 5gr, son ideales para esmaltar una uña o para combinar y realizar las decoraciones más llamativas.



## EL SECTOR DE LA ESTÉTICA PROFESIONAL SE UNE PARA PONER EN VALOR LA SEGURIDAD DE SUS CENTROS FRENTE AL COVID19



En España hay 30.000 centros de estética profesional que suman 87.000 empleos. La crisis agrava el riesgo de brecha económica de género en un colectivo profesional esencialmente femenino. Los centros de estética vienen demostrando un estricto compromiso con la seguridad a través de rigurosas medidas higiénico-sanitarias. La industria cosmética a través de Stanpa lanza una campaña viral en redes para dar visibilidad a la labor de estas profesionales en el bienestar y salud de la población.

## PARLUX AYLON AZUL



**Parlux** Aylon Azul noche tiene una pintura especial antibacteriana! También disponible en exclusiva y elegante pack Edición Limitada 2020 con el revolucionario difusor universal MagicSense! (El tratamiento antimicrobiano desfavorece la proliferación de bacterias, pero no protege contra el virus de la actual emergencia sanitaria). El difusor Magic Sense es especial rizos. Incorpora el revolucionario sistema DFO - Dynamic Flow Optimizer, corazón del difusor que, mezclando el flujo de aire con la temperatura correcta, permite obtener rizos naturales en mitad de tiempo sin despeinar.

## SONRÍE CON LA MIRADA

Máscara de ojos Fame Look, los **Browstylers** cejas perfectas, y por las paletas de sombras de ojos Mosaic shadow. Ahora más que nunca, tus ojos hablan.



## CURL ERGONOMIC, LA TENACILLA MÁS PRÁCTICA Y CÓMODA DEL MERCADO

Su forma única con mango en 3 posiciones, ángulo llano 180°, obtuso 135° y recto 90°, la convierte en la tenacilla más práctica y cómoda del mercado. Para un trabajo más fácil, cómodo y rápido. Supone una mejora importante en cuanto a su uso profesional, permitiendo una postura más relajada y reduciendo la tensión. Su revestimiento de cerámica aporta brillo y protege el cabello del calor. Y con su potente motor PTC podrás crear tanto ondas perfectas, suaves y naturales, como rizos marcados.



## STEINHART PROFESSIONAL PELUQUERIA PROFESIONAL

**Steinhart Professional** no sólo fabrica para barberos; todo lo necesario en una peluquería profesional también en nuestra marca. Mira la web: [steinhartprofessional.com](http://steinhartprofessional.com).



## TRATAMIENTO PROFESIONAL GOLD CAVIAR



Tu cabello con efecto liso con mayor durabilidad Nutrición intensa a las fibras del cabello. **Gold Caviar Professional Sweeteez Treatment** tiene una fórmula exclusiva enriquecida con extracto de caviar y proteína de seda. El caviar es un componente ya conocido en el mercado alimenticio y ha sido explorado por Sweeteez Professional para

promover un resultado único para cosméticos con hidratación profunda y nutrición intensa de la fibra capilar. Actúa en el cabello estimulando su mantenimiento de colágeno y elastina por su abundancia de péptidos, carbohidratos, vitaminas E y A y Omegas 3 y 6. El extracto de caviar aporta al cabello la revitalización, corrige los daños y da el efecto deseado con brillo y suavidad.

## CRAMER COLOR SYSTEM DE KEMON

Color y protección sin límites. Gracias a la tecnología Scudo, garantiza la máxima cobertura de las canas y unos resultados de color perfectos y duraderos. **Kemon**



relanza Cramer Color, su coloración desde 1965 pero renovada y ampliada, confirmándose de esta manera como el mejor aliado de confianza del profesional para colorear el cabello con total seguridad. Con el uso de tecnología tono sobre tono, Cramer Color se transforma en Cramer Color System, un sistema de dos pasos y dos productos de acción sinérgica que permiten ampliar la lista de servicios en el salón.

## LAS NOVEDADES 2020 DE INDUSTRIAS ORIOL PARA PELUQUERÍA

Productos de un solo uso, línea higienizante, secadores y planchas de pelo, cosmética capilar y accesorios de peluquería. En **Industrias Oriol** no descansamos nunca y no dejamos de trabajar en próximas novedades para el catálogo. Nos renovamos continuamente



con nuevos productos, cosméticos, eléctricos y todo tipo de accesorios y complementos para el profesional de la peluquería, barbería, belleza y estética. A pesar de ser un año difícil, en Industrias Oriol no hemos parado de trabajar ampliando nuestro catálogo con los mejores productos para el profesional de la peluquería, barbería y estética. ¡Confía en nuestras marcas!



## ESTAS NAVIDADES REGALA CUIDADO CORPORAL Y CAPILAR PERSONALIZADO, NATURAL Y SOSTENIBLE



Para estas fiestas, elige regalos a medida para tus familiares y amigos que les ayuden a cuidarse por dentro y por fuera mientras protegen el planeta. **Insight** presenta un pack de Navidad, de 2 o 3 productos, que se puede personalizar con los productos preferidos de toda su extensa gama para diferentes necesidades del cabello o el cuerpo, por lo que acertar es fácil. Al comprarse en peluquerías y tiendas especializadas, la iniciativa ayuda a reforzar el comercio local y ayudar a las

pequeñas empresas en estas fiestas señaladas.

## HIDRATAR ANTES QUE REPARAR, NATURALMENTE

Ya lo decía nuestras abuelas "más prevenir que curar" y, en cuestiones capilares, esta máxima se aplica perfectamente. Siempre será más fácil nutrir e hidratar una melena para que se mantenga saludable antes que esperar a que se deteriore y tener que reparar o cortar por lo sano, en el peor de los casos.

¿Y qué mejor forma que hacerlo de la forma más genuina y consciente? La línea basic de la firma **Naturalmente** se compone de tratamientos naturales y sostenibles para el cabello. Integrada por activos naturales, no solo dejan ver grandes resultados, sino que, además lo hacen con plena consciencia. La naturaleza les diferencia, ya que basan su metodología en la aromaterapia y los activos naturales.



## LA MARCA DE BELLEZA CAPILAR ESPAÑOLA QUE DEBES CONOCER



**Alterlook** sigue innovando el sector de la peluquería con productos capilares más naturales. Sus productos buscan responder a la necesidad creciente de tratamientos de belleza sin componentes tóxicos, y

cuidadosos del medio ambiente.

Alterlook es una marca de belleza innovadora creada por estilistas profesionales que conocen las necesidades de los centros de belleza de hoy en día. Una marca consciente y respetuosa con el medio ambiente, que aprovecha las propiedades y beneficios de activos naturales, botánicos y de origen orgánico para ofrecer excelentes tratamientos capilares con la mejor rentabilidad para el profesional.

## K.O. TÉCNICO EN EL COMBATE CONTRA EL ENCRESPAMIENTO

En la lucha por conseguir el peinado ideal, uno de los principales enemigos de las mujeres es el encrepamiento, que provoca un aspecto desaliñado, rebelde, áspero y mate. Contrarrestar la sequedad en estos casos es fundamental, aunque no siempre es suficiente. Para aquellas clientas que buscan una solución práctica y duradera, sin tener que recurrir a un tratamiento de alisado, que requiere el uso de la plancha; los tratamientos anti-frizz de reducción de volumen son la alternativa perfecta. bmt **Kerapro**, marca especializada en alisado profesional, sube ahora al ring de los tratamientos reductores de volumen con bmt Kerapro Protein Anti-frizz. Esta máscara tratante controla el volumen y elimina el encrepamiento durante 30 días, sin necesidad de sobre exponer el cabello al calor del secador y la plancha cada día.



## PARLUX 3200

La remodelación tecnológica del secador profesional **Parlux 3200 PLUS** combina la potencia asociada con un nuevo concepto de aspiración, garantizando más silenciosidad y secado rápido. Rediseñado para una experiencia aún más profesional.



## 3 CLAVELES CUMPLE 90 AÑOS FABRICANDO TIJERAS

4 generaciones fabricando con el compromiso constante de Calidad, Innovación y Diseño.

Bueno Hermanos S.A., fabricante de las marcas **3 Claveles** y **Filarmonica**, está presente en el mercado desde 1930. Actualmente es el único fabricante nacional de tijeras y uno de los tres primeros productores de tijeras forjadas del mundo. El material y el proceso de fabricación determinan las propiedades de la tijera, que debe tener un buen rendimiento de corte en el tiempo y ser ergonómica y ligera. La tijera de peluquero debe ser de acero inoxidable de la más alta calidad. Y si lo unimos al mejor proceso de transformación del acero, como es la forja en caliente, nos dará una tijera duradera.



## Las ferias del futuro: perspectivas y retos del sector de Bienes de Consumo y Estilo de Vida, temas clave en el I Foro Económico Franco-Español



**Los ponentes presenciales: Julia González, directora de MOMAD y SALÓN LOOK, Julián Ocaña, consejero de la Cámara Franco-Española, coordinador de su Comisión Retail y director de l'Alliance Française y Susana Arranz, directora Internacional de Innovación de STANPA.**

El Foro Económico Franco-Español organizado por IFEMA y la Cámara Franco-Española ha dedicado su primera edición a debatir las oportunidades y tendencias que marcarán el futuro de la recuperación económica, y los múltiples retos a los que se enfrenta el sector ferial. La mesa sectorial de Bienes de

Consumo y Estilo de Vida (Retail) moderada por Julián Ocaña, consejero de la Cámara Franco-Española, coordinador de su Comisión Retail y director de l'Alliance Française, ha contado con la participación de María José Sánchez, directora de la Semana del Regalo, Joyería y Bisutería de IFEMA;

Julia González, directora de MOMAD y SALÓN LOOK; Susana Arranz, directora Internacional de Innovación de STANPA, y Rafael Hierro, CEO del Grupo IXIA/JUINSA/UNIMASA. Durante las intervenciones, Julia González, directora de las ferias de Moda y Belleza de IFEMA, destacó la creatividad para poner en marcha nuevas iniciativas durante el confinamiento, aunque sobrayó

### España, líder global en exportación de productos de belleza

que, nunca el formato digital va a sustituir al modo presencial, sobre todo, en lo que a estos sectores se refiere: “El comprador necesita tocar el producto, probarlo, tener sensaciones; no podemos obviar lo sensorial”. No obstante, hizo especial hincapié en la oportunidad del pequeño comercio para que los consumidores pongan más en valor el comercio de proximidad, frente a los centros comerciales, cuya actividad se ha visto muy mermada durante la pandemia.

Susana Arranz, directora Internacional de Innovación de STANPA, organizador del programa de compradores internacionales en el Salón LOOK, señaló la gran importancia que tiene España como líder global en exportación de productos de belleza, posicionándonos en el top 10 mundial y segundos, en la categoría de perfumes, por detrás de Francia. Arranz destacó la dura situación por la que pasan las



peluquerías y salones de estética, pero también el repunte en productos de higiene personal, cuyo uso se ha disparado para prevenir el contagio.

En línea con el resto de ponentes, destacó la integración de lo digital en la nueva normalidad aunque, la parte presencial, es difícilmente sustituible: “Estamos trabajando y adaptándonos confiando que, el 2021, sea un año diferente y que nos podamos quedar con lo mejor de cada mundo para que las empresas tengan unos foros de encuentro que puedan mantener en el tiempo gracias a la flexibilidad del soporte digital”

Otras de las líneas importantes en el debate, ha sido la perspectiva de futuro. Julia González, ha explicado los proyectos inmediatos en las ferias que dirige, como el aprovechamiento de la gran comunidad digital que existe en torno al Salon LOOK para lanzar LOOK News, una herramienta que permitirá a los expositores mantener el contacto

e informar de los nuevos lanzamientos aprovechando todas las herramientas que IFEMA tiene a su disposición como son las newsletters, webs y RRSS. El mismo proyecto se plantea para la feria MOMAD. “Queremos paliar la falta

## Queremos paliar la falta de ilusión por venir a la feria con una comunicación más intensa

de ilusión por venir a la feria con una comunicación más intensa; sumar energía con los medios de comunicación generalistas y especializados para mantener el espíritu vivo”.

Tanto María José Sánchez como Susana Arranz coincidieron en señalar que la feria tradicional seguirá siendo la gran protagonista y

buque insignia del negocio, aunque siempre complementado con el componente digital. La directora Internacional de Innovación de STANPA, recaló la nueva manera de sustituir ese componente sensorial que tiene el perfume en los productos cosméticos con el envío de muestras al cliente para que haya mayor interacción.

Julia González, habló de “volver al producto de proximidad” donde la producción en países próximos es fundamental en este nuevo orden donde la palabra sostenibilidad, adquiere una importancia absoluta. Susana Arranz destacó que en los últimos años “casi un 60% de las marcas de cosmética han desarrollado una línea natural-botánica por lo que el futuro va estar muy relacionado con la innovación, donde el sector cosmético invierte en I+D+I casi el 4% de la facturación, que se reinvierte en reformular productor y crear patentes”, todo ello intentando satisfacer al cliente más exigente”. ■

## IFEMA obtiene el Premio OPC Madrid a la Profesionalidad 2020

El galardón reconoce el trabajo desarrollado por la institución en el sector MICE, lo que contribuye al posicionamiento de Madrid como mejor destino de congresos del mundo.

La Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro, OPC Madrid, ha entregado a IFEMA el Premio a la Profesionalidad 2020 por su trabajo y trayectoria como lugar de referencia para la celebración de grandes congresos y convenciones, tanto nacionales como internacionales.

Belén Mann, directora de IFEMA Convenciones y Congresos, ha sido la encargada de recoger el premio y poner de manifiesto la labor de la institución durante



los últimos años, para atraer a Madrid grandes congresos de relevancia internacional, como World ATM Congress o ERS Congress, que han celebrado sus últimas ediciones en IFEMA.

Esta actividad MICE ha contribuido a posicionar a Madrid, según los últimos rankings internacionales, como mejor destino de congresos del mundo, así como a manifiestar la capacidad y versatilidad de los recintos de la institución, Feria de Madrid e IFEMA Palacio Municipal, para acoger eventos de todo tipo. El pasado 2019, la actividad de IFEMA contribuyó a generar más de 39.300 empleos en la región, así como un impacto económico de más de 5.100 millones de euros. ■

# S A L Ó N 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**

