

2015

MONITOR
DE EMPLEO

Familia profesional de
Imagen personal



TENDENCIAS DE EMPLEO Y FORMACIÓN



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro



**Comunidad
de Madrid**

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO Y HACIENDA

Consejera de Economía, Empleo y Hacienda

Excma. Sra. Dña. Engracia Hidalgo Tena

Viceconsejero de Hacienda y Empleo

Ilmo. Sr. D. Miguel Ángel García Martín

Director General del Servicio Público de Empleo

Ilmo. Sr. D. José María Díaz Zabala

.....

COORDINACIÓN

Subdirectora General de Planificación, Cualificación y Evaluación

Cristina Olías de Lima Gete

ÁREA DE ESTUDIOS Y PLANIFICACIÓN

Encarna Abenójar Rodríguez

Lourdes Domínguez Cacho

Mercedes Gigosos Gutiérrez

Aniceto Alfaro Cortés

M. Teresa Nuño Gil

M. Pilar Martín Martín

Raquel García Nicolás

David Hernández Pérez

ELABORACIÓN

KPMG Asesores, S.L.

La responsabilidad de los trabajos de esta publicación incumbe únicamente a sus autores

© Comunidad de Madrid

Edita: Dirección General del Servicio Público de Empleo

de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda

Vía Lusitana, 21. 28025 Madrid.

areaestudios@madrid.org

www.madrid.org

Formato de edición: archivo electrónico

Edición: 2016

Editado en España - Published in Spain





Imagen: pixabay.com

Familia profesional de Imagen personal

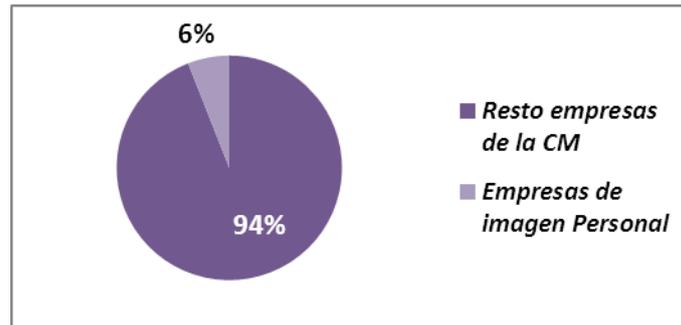
El presente informe muestra las conclusiones obtenidas para la *Familia profesional de Imagen personal* en el estudio “**Determinación de las necesidades de formación para el empleo**” realizado durante 2015 por la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid. La finalidad del trabajo ha sido la de investigar las tendencias de futuro que afectarán al mercado de trabajo regional y los requerimientos de cualificación que implicarán estos cambios: ocupaciones emergentes, actualización de competencias y demandas de formación.

Para introducirnos en la Familia profesional y antes de abordar el apartado de tendencias, se muestran algunas estadísticas que ayudan a comprender la representatividad de este ámbito productivo en la Comunidad de Madrid.

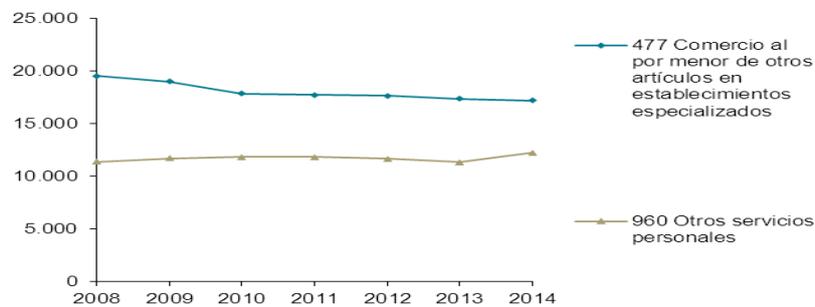
Estadísticas sobre empresas, trabajadores por cuenta ajena, paro y contratos en esta Familia profesional

1. Porcentaje de empresas de *Imagen personal* en la región frente al total de empresas que operan en la Comunidad de Madrid.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE 2013



2. Evolución del número de empresas de la Comunidad de Madrid (2008-2014) que operan en actividades productivas relacionadas con la familia de *Imagen personal*

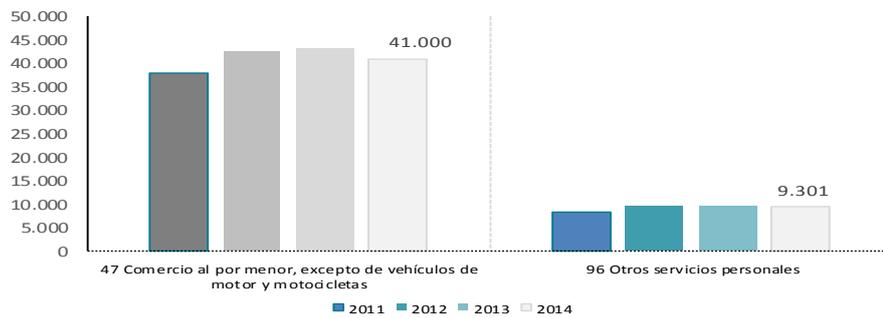


Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos extraídos del DIRCE 2013
(En la leyenda aparecen las actividades económicas seleccionadas para Imagen personal)

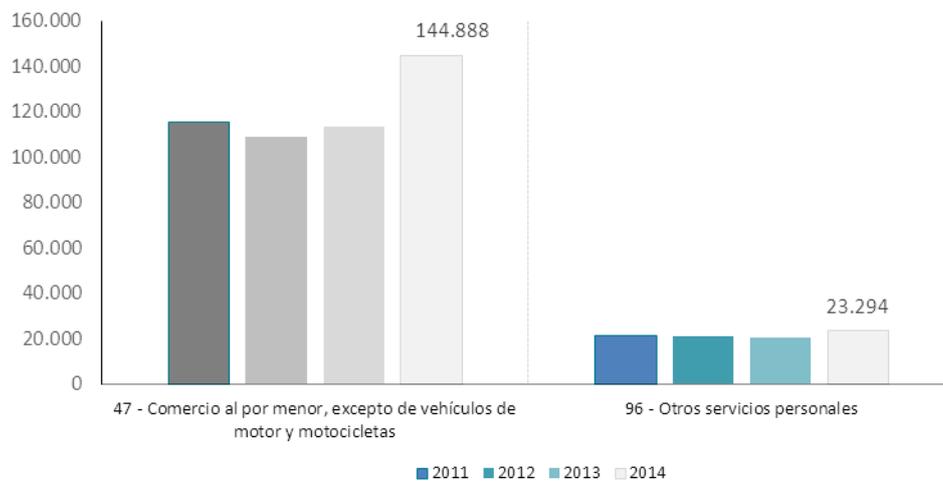
3. Trabajadores por cuenta ajena 2013

Trabajadores por cuenta ajena	
En el conjunto de la Comunidad de Madrid	1.658.271
En esta Familia profesional	11.560

4. Evolución 2011-2014 y porcentaje del paro registrado (2014) en las actividades de *Imagen personal* (Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos de paro registrado)



5. Evolución 2011-2014 y porcentaje de los contratos registrados (2014) en las actividades relacionadas con *Imagen personal* (Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos de contratos registrados)



Tendencias de evolución en Imagen personal

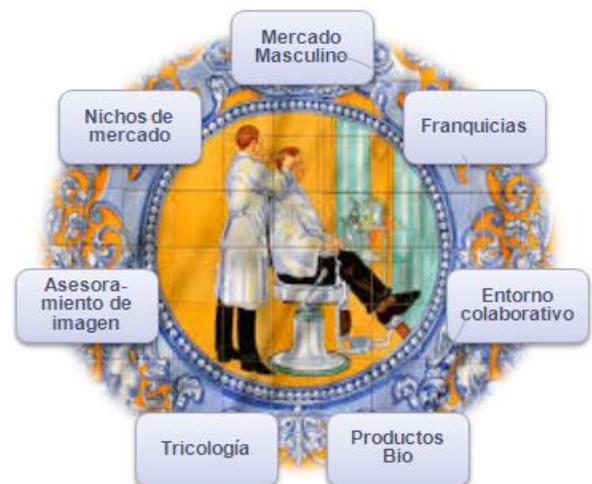
La percepción de la *Imagen personal* responde, en la actualidad, a un concepto global que integra los ámbitos de la salud, del bienestar y de la estética. Las tendencias de este sector guardan relación tanto con aspectos estéticos como médicos, de ahí que muchos de los productos y servicios que se ofertan precisen de profesionales cualificados en distinta áreas de conocimiento.

Los servicios de *Imagen personal* están diseñados, además, para satisfacer prácticamente todos los segmentos de clientes, incluyendo mujeres, hombres, niños, personas de la tercera edad e incluso colectivos con condiciones médico-sanitarias especiales. Por su naturaleza, en el sector se busca ofrecer soluciones prácticas y especializadas, al tiempo que un asesoramiento ajustado a las características de cada tipo de cliente.

Es importante destacar la diversidad que caracteriza a las tendencias de evolución detectadas para esta familia profesional. Año tras año, el mundo de la *Imagen personal* está realizando un importante esfuerzo con el objetivo de desarrollar nuevas líneas de negocio a través de la innovación; con ello busca, de un lado, dar un servicio integral adaptado al cliente y de otro, promover un crecimiento económico consciente y direccionado de su tejido empresarial.

Bajo estas premisas, los expertos sectoriales que han participado en este proyecto han aportado su visión con relación a las tendencias de futuro que afectarán a esta actividad económica. Adicionalmente, esta información ha sido complementada con otra procedente de fuentes documentales, concluyendo en los siguientes puntos como principales líneas de desarrollo:

1. Crecimiento de empresas bajo la modalidad de franquicias.
2. Asociacionismo horizontal entre profesionales de distintos segmentos.
3. Previsible crecimiento del mercado de productos "bio".
4. Creciente demanda de tratamientos de tricología.
5. Auge de los servicios de asesoramiento de imagen.
6. Surgimiento de nuevos nichos de mercado: enfoque en colectivos específicos.
7. Resurgimiento del mercado masculino.



<http://bit.ly/InAqskn>

1. CRECIMIENTO DE EMPRESAS BAJO LA MODALIDAD DE FRANQUICIAS

El formato de franquicias está demostrando ser el modelo que han adoptado las empresas del sector para expandirse, a través de distintas formulaciones de negocio, incluyendo el "low cost".

Las franquicias han adquirido un importante peso en el sector al representar una forma rápida y ágil de crecimiento, así como una vía para potenciar la imagen de marca y permitir a los profesionales desarrollar la actividad por cuenta propia.

Se prevé que esta tendencia se mantenga en el futuro -tanto en el segmento de peluquería como en el de estética y belleza- principalmente debido a la mejor capacidad de las franquicias para salir al mercado con una oferta flexible y adecuada a distintos tipos de clientes, así como por su importante habilidad de adaptación a distintos nichos de mercado.

Para alcanzar el desarrollo pleno del sector bajo la figura de franquicia se necesitan profesionales especializados en los dos ámbitos de conocimiento que requiere la gestión de estos centros:

- experiencia en las actividades propias del mundo de la *Imagen personal*, y
- conocimientos sobre administración y gestión de negocios.

Más concretamente, se demandan los siguientes perfiles:

- Estética e Imagen:** esteticista experto, esteticista experto en pestañas, manicurista con experiencia, gerente de centro de estética, coordinador de centros de estética y dependiente con habilidades comerciales y de atención al cliente.
- Peluquería:** peluquero experto en tricología, peluquero experto colorista, peluquero experto en extensiones, peluquero experto en infantil, peluquero experto en señoras, peluquero experto en caballeros y barbería, gerente de salón de peluquería, coordinador de centros de peluquería y recepcionista experto en atención al

público y en asesoría de belleza.



<http://bit.ly/1nCxDf>

2. ASOCIACIONISMO HORIZONTAL ENTRE PROFESIONALES DE DISTINTOS SEGMENTOS

Con frecuencia los profesionales del mundo de la *Imagen personal* colaboran con otros especialistas del sector dedicados a diferentes segmentos de mercado, en un entorno participativo cuyo propósito es ofrecer un servicio integral, personalizado y muy especializado. Este modelo de asociacionismo horizontal permite prescribir servicios complementarios y servir de vínculo entre el cliente y distintos profesionales.

Un ejemplo claro de esta tendencia es la figura del asesor de compras y/o imagen (*personal shopper*), quien dentro del paquete de servicio de asesoría de imagen integral, trabaja conjuntamente con profesionales como peluqueros y esteticistas que colaboran en la creación de la nueva imagen del cliente.

Otro caso que merece la pena citar es el trabajo conjunto entre el planificador de boda (*wedding planner*) y los peluqueros y expertos en belleza, incluyendo a los profesionales dedicados al cuidado y tratamiento de las uñas. La persona encargada de organizar eventos, como una boda, cuenta con un equipo de profesionales de confianza a quienes prescribe entre sus clientes para ofrecer un paquete completo de servicios interdisciplinares.

Un último ejemplo serían los expertos especializados en un segmento específico que trabajan con diferentes salones de peluquería o centros de estética en calidad de autónomos, es decir, prestan puntualmente sus servicios profesionales y asesoramiento a clientes en temas como coloración o extensiones, fomentando de esta forma el autoempleo y el emprendimiento en el sector.

Para el desarrollo de esta tendencia, es indispensable contar con especialistas altamente cualificados y con experiencia en el servicio que ofrecen. La confianza y colaboración entre los profesionales que trabajan bajo esta figura de asociacionismo, resulta clave para brindar un servicio integral que satisfaga las necesidades de cada cliente en particular.

En este contexto, se ven implicados perfiles tales como el esteticista, el experto en pestañas, manicurista, coach de imagen o el peluquero especializado en diferentes ámbitos (tricología, coloración, extensiones...).

Además, los perfiles citados deben contar con las habilidades transversales que les permitan ofrecer un servicio de calidad que esté a la altura de las exigencias del cliente: técnicas de venta y negociación, técnicas de comunicación, trabajo en equipo, imagen (buena presencia), y una base educativa y cultural.

Asimismo, por tratarse de un mercado

donde las referencias personales y la experiencia son las principales herramientas de marketing -tanto para los profesionales como para los centros especializados-, la actualización constante de conocimientos en nuevas técnicas y productos tiene un peso importante.

3. PREVISIBLE CRECIMIENTO DEL MERCADO DE PRODUCTOS "BIO"

La creciente preocupación por el efecto que causan los productos químicos en nuestro organismo se extiende al ámbito de la peluquería, sobre todo en el área de coloración o tinte y maquillaje. De hecho, se ha registrado un aumento en la demanda de productos cosméticos y tintes biológicos, es decir, de aquellos que no contienen ningún elemento químico en su composición pues están hechos a base de pigmentos vegetales extraídos de ciertas flores, y que prometen, no solo cuidar el cabello o la piel y ayudar a nutrirlos y regenerarlos, sino también prevenir las reacciones alérgicas.

Es importante destacar que los profesionales que utilizan estos productos prestan especial atención a la procedencia de los ingredientes y, en consecuencia, los fabricantes se preocupan por garantizar los criterios de producción biológica certificada en todas las etapas de investigación, desarrollo y fabricación del producto final.



<http://bit.ly/1NFh1oc>

Dadas las bondades atribuidas a este tipo de productos "bio", su consumo sigue expandiéndose, dando origen, por un lado, a la necesidad de especialización de los profesionales y, por otro, generando puestos de trabajo para quienes dominan las nuevas técnicas.

Dentro de este contexto, en concreto se demanda el perfil de peluquero experto en biocoloración / biocosmética. También se precisa un refuerzo de la formación continua en esta área, de forma tal que los profesionales estén siempre a la vanguardia de los productos y técnicas que surgen en el mercado con relación a esta tendencia.

4. CRECIENTE DEMANDA DE TRATAMIENTOS DE TRICOLOGÍA

El sector de *Imagen personal* está estrechamente relacionado con algunas áreas profesionales de sanidad, como es el caso de la medicina estética incluyendo la dermatología. Esto quiere decir que se complementan la una a la otra para el desarrollo de determinados tratamientos y servicios. Generalmente ocurre que la estética se apoya en la medicina; sin embargo, muchos tratamientos de medicina estética han surgido gracias a las tendencias que nacen bajo conceptos de *Imagen personal*.

Un ejemplo palpable es el caso del tratamiento de tricología, que brinda soluciones para personas que sufren de alopecia u otras enfermedades relacionadas con el



cuero cabelludo, condición que se produce cuando las células progenitoras del cabello están en estado de reposo o se encuentran sin actividad, causando la caída del cabello o la paralización de su crecimiento. Asimismo, se están desarrollando innovadores tratamientos para el cuidado del cuero cabelludo a través de la convergencia entre ambos campos de actividad.

Dentro de este contexto, el cabello es considerado uno de los elementos más

destacables de belleza sobre el que giran la mayoría de los productos y servicios que se ofertan al mercado, de ahí que exista una preocupación, tanto en el público masculino como en el femenino, sobre su condición y aspecto, y en consecuencia se produzca un aumento en la demanda de tratamientos de tricología, que se prevé siga en esta línea ascendente.

Fruto de esta tendencia surgen necesidades de actualización entre los profesionales y, por lo tanto, se recomienda incluir acciones de formación continua en tricología.

5. AUGE DE LOS SERVICIOS DE ASESORAMIENTO DE IMAGEN

Se trata de un conjunto de servicios que tienen por objetivo el ofrecer una solución global e integral al cliente, a través del asesoramiento en distintas disciplinas de la familia profesional de *Imagen personal*. Esta tendencia, que se clasifica como belleza total (*total beauty*), involucra la incorporación de servicios como asesoramiento en tendencias de moda, coaching de imagen o recomendaciones en peinado y maquillaje. La finalidad del *total beauty* es la de brindar al cliente la oportunidad de crear un estilo propio que lo identifique.

<http://bit.ly/1PJuTFt>

Este tipo de servicios se desarrolla bajo distintas modalidades:

- Una de ellas es la posibilidad de que los profesionales expertos en *Imagen personal* complementen sus servicios a través de la contratación, colaboración o asesoría de profesionales dedicados al ámbito

de la peluquería y tratamientos estéticos.

- En otras ocasiones el profesional adquiere mediante acciones de formación los conocimientos necesarios para ofrecer, él mismo, el servicio integral como asesor de imagen.

De acuerdo con esta modalidad, se evidencia la necesidad de reforzar su preparación técnica mediante ofertas formativas que incluyan cursos de asesor de belleza y actualización en moda/tendencias.

- Por último, existe la posibilidad de incluir el perfil de asesor de imagen como servicio complementario en los salones de peluquería o estética.

<http://bit.ly/20aT4BR6>.

6. SURGIMIENTO DE NUEVOS NICHOS DE MERCADO: ENFOQUE EN COLECTIVOS ESPECÍFICOS

Entre las tendencias en *Imagen personal* resaltar el surgimiento de nuevos segmentos de mercado que han dado origen a la readaptación de la oferta de productos y servicios.

- **Peluquería infantil.** Se trata de un segmento que hasta la fecha ha estado contemplado como un servicio complementario en las peluquerías. Sin embargo, se ha detectado la necesidad de atender las necesidades de este colectivo de forma individual, a través de la creación de centros específicos y la profesionalización de los perfiles que



se dedican exclusivamente a este ámbito en el área de peluquería.

Por tratarse de un colectivo con menos necesidades en términos de productos y servicios, los requisitos de formación se basan en la adquisición y actualización de los conocimientos en este ámbito de especialización. Los expertos sectoriales recomiendan la inclusión de una acción formativa dirigida exclusivamente a tal fin, con una duración aproximada de 25 horas. En cuanto a los perfiles que demanda el mercado, se limitan en este caso a peluquero experto en peluquería infantil y gerente de salón de peluquería.

- **Bienes y servicios para el público de la tercera edad.** Sobre este segmento es importante señalar que el crecimiento de la población de la tercera edad ha influido directamente en el aumento de la demanda de bienes y servicios, específicamente diseñados para satisfacer sus necesidades en el ámbito de *Imagen personal*, favoreciendo la dinamización del sector y la apertura de nuevas líneas de negocio.

<http://bit.ly/20aT4BR>

Se han creado centros específicos de estética y se ha impulsado la inclusión de estos servicios en los centros de peluquería y estética tradicionales mediante la ampliación de su oferta. De esta forma surgen necesidades de contratación de perfiles como esteticista y

manicurista con experiencia, gerente de centro de estética, peluquero experto en señoras, peluquero experto en caballeros y barbería, y gerente de salón de peluquería.

En este orden de ideas, los perfiles antes descritos deben contar con competencias transversales y habilidades sociales tales como técnicas de comunicación, buena presencia, base cultural/educacional y técnicas de venta y negociación.

- **Estética oncológica.** Es un segmento formado por un conjunto de productos y servicios específicamente diseñados para los pacientes con cáncer. Esta nueva especialidad estética tiene por finalidad ofrecer apoyo y ayuda al paciente en su etapa de recuperación tanto física como psíquica, a través del mejoramiento de su *Imagen personal* con una oferta de diversos productos. Entre ellos, el que ha tenido mayor auge ha sido el tratamiento de pestañas o el diseño de cejas, pues suele ser una de las zonas más afectadas como consecuencia del tratamiento médico al que están sometidos los pacientes.

Tratar a este tipo de clientes requiere de conocimientos técnicos y competencias transversales especiales. En este sentido, se necesitan profesionales con habilidades transversales como técnicas de comunicación y base cultural, que le permitan interactuar de forma adecuada y empática con el cliente. Por otro lado, se recomienda actualizar el contenido formativo existente para el tratamiento de pestañas y cejas, incluyendo en el certificado de profesionalidad de servicios estéticos de higiene, depilación y

maquillaje cuestiones como el tinte, modelado, extensiones totales y parciales y sus diversos tratamientos.

7. RESURGIMIENTO DEL MERCADO MASCULINO

Se ha detectado una ventana de oportunidades a partir de la potenciación de la estética masculina mediante el rediseño de la oferta de los servicios tradicionales de barbería. Esta tendencia ha empezado a manifestarse con la apertura de nuevos centros integrales dedicados a ofrecer productos y servicios de estética dirigidos únicamente a este segmento.

Esta tendencia viene marcada por un fuerte componente de moda, sumado a un cambio en los hábitos de consumo del cliente masculino; el hombre se preocupa por el cuidado de su *Imagen personal* tanto en lo físico como en el aspecto estético. Así, el cuidado de la barba y sobre todo del bigote son algunos de los servicios más demandados en este ámbito.

Los empresarios que se están decantando por este modelo de negocio vuelven a ofrecer los servicios tradicionales de barbería como son el afeitado con cuchilla y los masajes con toalla, dándole un giro innovador a fin de impulsar esta línea de negocio que estuvo abandonada durante los últimos 10 años.



<http://bit.ly/IZYjH7C>

Asimismo, entre el público masculino se está produciendo un aumento en la demanda de

tratamientos estéticos, como los servicios de regeneración capilar, y un incremento en la solicitud de productos cosméticos, como cremas faciales. Estas preferencias están dando lugar a un nuevo nicho de mercado que ofrece distintas posibilidades para ser desarrollado.

De acuerdo con los intereses del mercado masculino, el tejido empresarial demanda perfiles como peluquero experto en caballeros y barbería, barbero y recepcionista experto en atención al público y en asesoría de belleza especialmente dirigido a varones que, a su vez, cuenten con competencias transversales tales como trabajo en equipo, imagen y buena presencia, base educativa y cultural, técnicas de comunicación, técnicas de venta y polivalencia.

Adicionalmente, se ha detectado la necesidad de reforzar la oferta formativa existente dentro de esta área de negocio, principalmente debido a que la formación actual no es extensa y existe el riesgo de que los profesionales no estén técnicamente preparados, ni para ejercer la actividad, ni para gestionar un negocio de peluquería, estética o asesoría de imagen.

Así pues, es necesario incluir determinadas acciones de formación para los trabajadores ocupados que faciliten la especialización en el ámbito de la peluquería masculina, mediante el desarrollo de contenidos relacionados con estilismo, barbería y estética, orientados a las necesidades de este público. Además, dirigido a emprendedores, se precisa cualificación en gestión empresarial de un negocio de belleza y/o peluquería.



<http://bit.ly/1PIC865>

Conclusiones sobre el desarrollo de la Formación para el Empleo en esta Familia profesional

- Se produce una ausencia de regulación de acceso a la profesión y de su acreditación o reconocimiento. Los expertos consultados señalan que la formación del sector de *Imagen personal* presenta ciertos puntos críticos y se requiere la implantación de **sistemas de acreditación** que garanticen unos estándares de calidad, como sucede fuera de España. En nuestro país no existe un organismo que acredite la formación, ni regulación específica para la compra y manipulación de productos que pueden ocasionar algún riesgo para la salud.
- La formación de los **ciclos formativos** destaca en contenidos de competencias transversales frente a la formación de las escuelas privadas; sin embargo, sucede lo contrario con respecto a la base técnica y de conocimiento.
- La formación en el sector tiene que ser **presencial** y no puede impartirse a través de métodos on-line, porque requiere mucha práctica.
- Los expertos del sector detectan carencias en los profesores, tanto de los ciclos formativos como del sistema ocupacional, y tienen la percepción de que en la mayoría de los casos no se dedican a la profesión en cuestión y, por lo tanto, no son expertos en las materias. Sin embargo, los requisitos de experiencia sí están recogidos para acreditar a los profesores que imparten los certificados de profesionalidad.
- En la formación de los Certificados de Profesionalidad:
 - No se han definido módulos transversales orientados a competencias transversales como, por ejemplo, atención al cliente, técnicas de venta o de comunicación, herramientas de coaching y desarrollo personal e incluso de base educacional, cultural y buena presencia para atender al público. Las técnicas de venta deberán orientarse hacia cada segmento en concreto (cosmética, textil...).
 - No se hace hincapié en cuestiones como la **innovación** o la tecnología.
 - La formación está dirigida a contenidos globales y teóricos, más que a conocimientos técnicos. Como consecuencia, las horas destinadas a la **formación más específica y especializada** no es suficiente para adquirir las capacidades técnicas, y tampoco el número de horas de prácticas no laborales.
 - Los expertos opinan que los **contenidos de los niveles 1 y 2 de los Certificados** de Profesionalidad en peluquería son muy similares. Para dar valor al itinerario, proponen orientar el nivel 1 hacia la inserción laboral de las personas que reciben esta formación en términos de orientación e introducción al sector: crecimiento profesional, capacidades que se requieren, características del sector...
 - Proponen **incorporar a módulos** sobre: extensiones de pestañas, diseño, creación y mejora de cejas... ; cosmetología y formación de consejeros de belleza (perfil orientado a la venta de productos de cosmética)
 - Con respecto a la formación en **micropigmentación**, se considera que debe ser independiente del resto, dado que requiere una preparación más larga por sus propias características.



- Se incide en la formación de **personal shopper** hacia asesoría en tiendas, como una posible salida laboral. Se propone que el certificado de *asesoría integral de Imagen personal* se reoriente, cambiando incluso la denominación: “Asesoría de Imagen personal y técnicas de venta”. También se aconseja crear dos ramas, cosmética y ropa. Por último, se contempla la opción de configurar esta formación como especialidad de no certificado, con menor duración (100h teóricas y 100h prácticas) dirigido a desempleados.
- Los expertos señalan cierta obsolescencia y falta de adecuación del ciclo formativo de grado superior de asesoría de imagen. Entre otros, no recoge temática relacionada con **personal shopper** o nuevas tecnologías y redes sociales; además de nociones de turismo, idiomas, cultura o protocolo.
- No existe formación en **dirección y gestión de centros de peluquería o estética**. La promoción interna de los profesionales cualificados técnicamente no siempre es factible debido a la necesidad de profundizar en competencias transversales, como la gestión de equipo, de conflictos o resolución de problemas.

Con relación a este aspecto, se propone la incorporación de **formación en gestión empresarial de un negocio de belleza/peluquería** dirigida principalmente a emprendedores: nóminas, cuenta de pérdidas y ganancias, etc.; actualización de la moda/tendencias dirigidas al asesoramiento de los clientes; y competencias transversales dirigidas a los profesionales de la peluquería y la auto venta (comunicación, venta, *Imagen personal*, base educacional, idiomas, gestión de conflictos, liderazgo...).

- Se considera importante la formación en profesiones muy especializadas en el mundo de la peluquería como tricología, colorista, biocosmética, biocoloración, extensiones, etc. que se está demandando actualmente, con alto volumen de ingresos. La **formación más especializada** está más desarrollada en el extranjero (caso de las extensiones de pestañas o la creación de cejas)
- Se pone de manifiesto que algunas Comunidades Autónomas como Galicia y Valencia podrían ser un referente en cuanto al sistema de formación en *Imagen personal*, por disponer de un plan de formación más avanzado.
- La **formación comercial** y atención al consumidor se configura como un nicho de mercado, ante la carencia existente en este ámbito actualmente. Adicionalmente, dentro de los módulos de los certificados debería haber alguno dedicado a la venta.
- Se recomienda incorporar, igualmente, acciones formativas orientadas a **nichos de mercado** centrados en determinados colectivos de población, como las barberías, peluquerías masculinas, infantil, o tercera edad...; y potenciar la formación continua hacia la estética oncológica, imagen de vestuario, creación de miradas, coaching y desarrollo personal (coaching de imagen o beauty coach), etc.
- Se plantea la creación de un **proyecto piloto** para desarrollar una formación adaptada a las necesidades reales de las empresas.

PERFILES MÁS DEMANDADOS Y NECESIDADES DE FORMACIÓN

A modo de resumen se listan en la siguiente tabla los perfiles profesionales, las necesidades formativas y las competencias, tanto técnicas como transversales, más destacadas.

Perfiles en Estética e Imagen	
▪ Esteticista experto	▪ Coordinador de centros de estética
▪ Esteticista experto en pestañas	▪ Gerente de centro de estética
▪ Manicurista experto	▪ Asesor de venta en tiendas de lujo (para personal shopper)
▪ Asesores de belleza para potenciar la venta al cliente en salones de peluquería y estética	▪ Dependiente con habilidades comerciales y de atención al cliente (con conocimientos específicos de cosmética)
▪ Productos y servicios dirigidos al mercado de la tercera edad	▪ Estética oncológica (para tratar los efectos secundarios del tratamiento médico contra el cáncer: hidratación para la piel, pelucas de cabello natural, tratamiento de pestañas, etc.)

Perfiles en Peluquería	
▪ Peluquero experto en tricología	▪ Peluquero experto en caballeros y barbería
▪ Peluquero experto en biocoloración / biocosmética	▪ Barbero
▪ Peluquero experto colorista	▪ Coach de imagen
▪ Peluquero experto en extensiones	▪ Gerente de salón de peluquería
▪ Peluquero experto en infantil	▪ Coordinador de centros de peluquería
▪ Peluquero experto en señoras	▪ Recepcionista experto en atención al público y en asesoría de belleza

COMPETENCIAS PROFESIONALES TÉCNICAS y TRANSVERSALES

Transversales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coaching para desarrollo profesional de equipos de peluquerías y centros de estética ▪ Técnicas de venta y negociación ▪ Técnicas de comunicación ▪ Liderazgo ▪ Gestión de equipos
---------------	--



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo en equipo ▪ Imagen (buena presencia) ▪ Base cultural / educacional ▪ Capacidad para realizar diferentes actividades en un salón (polivalencia)
<p>Técnicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Idiomas: inglés específico <i>Imagen personal</i> (40h) ▪ Gerente de centros de estética (40h) ▪ Coordinador de centros de estética (40h) ▪ Asesor de belleza (total beauty) (40h) ▪ Gerente para salones de peluquería (40h) ▪ Coordinador para salones de peluquería (40h) ▪ Actualización profesional experto, corte, color. (20h) ▪ Actualización profesional recogidos (20h) ▪ Especialización peluquería infantil (25h) ▪ Especialización tricología (40h) ▪ Especialización colorista (20h) ▪ Biocoloración-biocosmética (40h) ▪ Especialización en extensiones (20h) ▪ Especialización en corte de caballeros y barbería (40h) ▪ Gestión empresarial de un negocio de belleza y/o peluquería (dirigida principalmente a emprendedores: nóminas, cuenta de pérdidas y ganancias...) ▪ Actualización de la moda/tendencias, dirigidas al asesoramiento de los clientes
<p style="text-align: center;">Propuesta de mejora referidas a Certificados de profesionalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir un nuevo certificado de profesionalidad orientado a peluquería masculina (destrezas necesarias para las labores expertas de los centros exclusivos para caballeros: estilismo, corte, gestión, venta, barbería, estética asociada a las necesidades masculinas). • Definir un nuevo certificado de profesionalidad o especialidad formativa sobre “Dirección y gestión de negocios de peluquería y estética”. • Actualizar contenidos de tratamiento de pestañas (30 horas de tinte, modelado, extensiones parciales y totales y sus tratamientos) en el certificado de <i>Servicios estéticos de higiene, depilación y maquillaje</i> (640 horas en la actualidad, nivel 2) 	



El **Proyecto Monitor de Empleo** se plantea como una investigación rigurosa, sistemática y global del mercado de trabajo de la Comunidad de Madrid. La utilización de técnicas, tanto cualitativas como cuantitativas, y el análisis de diversas fuentes secundarias y primarias que informan el mercado laboral de la Región, permitirán mejorar la toma de decisiones de políticas activas, adaptándolas a las necesidades reales del mercado laboral.

El objetivo del estudio es realizar una investigación cualitativa, basada en técnicas DAFO y Delphi, para determinar las prioridades de Formación para el Empleo en la Comunidad de Madrid en cada una de las Familias Profesionales y sus Áreas Formativas. Para la determinación de dichas necesidades de formación, el estudio ha abarcado todas las actividades económicas con un análisis en profundidad del escenario empresarial y del mercado laboral desde la óptica de las principales asociaciones sectoriales, empresarios y especialistas en recursos humanos. El estudio ha contado con una elevada representación, con más de 200 participantes en los talleres de trabajo presenciales y más de 400 en cuestionarios Delphi sectoriales. Todo con la finalidad de detectar necesidades de cualificación de los trabajadores ocupados y desempleados, debidas, tanto a desajustes entre la oferta y la demanda de las competencias profesionales, como a la aparición de nuevos perfiles profesionales o a nichos de mercado generadores de empleo.



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro



Comunidad de Madrid

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA,
EMPLEO Y HACIENDA

Dirección General del Servicio Público de Empleo