



Materiali formativi

Trattamenti per il corpo



Este trabajo se ha desarrollado como un trabajo conjunto de organizaciones asociadas de Alemania, España, Italia, Chipre y Finlandia dentro del proyecto «Mejora de las ofertas de FP en el sector del bienestar» (en lo sucesivo, *Skills for Wellness*, número de proyecto 2019-1-DE02 -KA202-006180). El proyecto *Skills for Wellness* tiene como objetivo equipar a los proveedores de servicios de bienestar, profesionales y centros de FP con las herramientas necesarias para evaluar y mejorar las habilidades profesionales propias y las de sus empleados.



Agradecimientos

Nos gustaría agradecer a todos los alumnos, formadores, educadores, expertos e investigadores que han contribuido en el desarrollo de este material.



© 2021. Este trabajo está registrado bajo la licencia CC BY 4.0.

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Agreement No 2019-1-DE02-KA202-006180



Sommario

INTRODUCCIÓN	4
Objetivo del material de formación para el sector del bienestar	4
Cómo usar y aplicar los materiales de formación para el sector del bienestar	4
Tratamientos corporales	9
DIAGNÓSTICO DE LA PIEL CORPORAL Y TRATAMIENTOS DE BELLEZA RELACIONADOS	9
2.1 Diagnóstico de la piel corporal y tratamientos de belleza relacionados	11
1. Simulación: «Diagnóstico antropométrico estándar visual y táctil»	12
2. Simulación: «Diagnóstico termográfico»	19
3. Análisis de vídeo: «El medidor de impedancia, plicometría y placas termográficas»	34
4. Tarea práctica: «Uso de placas termográficas»	35
5. Tarea práctica: «Tratamientos relacionados con la detección termográfica (tratamientos relacionados con la celulitis)»	36
6. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»	37
7. Caso práctico: «Asesoramiento sobre los tratamientos anticelulíticos»	70
MASAJE CORPORAL [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LOS CUIDADOS]	74
2.2 Masaje corporal [tratamiento relacionado con los cuidados]	76
1. Simulación: «Masaje del tejido conectivo»	77
2. Caso práctico: «Masaje del tejido conectivo»	79
3. Análisis de vídeo "Massaggio del tessuto connettivo"	83
4. Producción de vídeo: «Masaje de tejido conectivo»	84
5. Tarea práctica: «Realización de masajes del tejido conectivo»	85
6. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»	86
7. Ejercicio de investigación: «Tratamientos corporales alternativos: tratamientos ecológicos y tecnológicos»	87
8. Tarea práctica: «Creación de materiales promocionales para un centro de belleza»	98
TRATAMIENTOS CORPORALES: HIDROTERAPIA, TRATAMIENTOS ANTICELULÍTICOS, AROMATERAPIA, LUMINOTERAPIA, SAUNA Y BAÑOS [TRATAMIENTO RELACIONADO CON EL BIENESTAR Y LA BELLEZA]	103
2.3 Tratamientos Corporales: Hidroterapia, Tratamientos Anticelulíticos, Aromaterapia, Luminoterapia, Sauna Y Baños [Tratamiento Relacionado Con El Bienestar Y La Belleza]	105
1. Tarea práctica "Creación de un plan de trabajo"	106
2. Tarea práctica "Creación de una ficha del cliente en formato digital"	107
3. Juego de rol "Atención al cliente"	113
4. Tarea práctica "Gestión de la fidelización de clientes a través de una actividad de economía circular"	116
5. Demostración / simulación "Tratamiento compacto de la celulitis"	123

6. Caso práctico "Tratamiento durante el embarazo y el postparto"	130
7. Ejercicio escrito "Medidas de seguridad y salud"	143
8. Tarea práctica "Recomendaciones para el cliente"	147
DEPILACIÓN [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA BELLEZA]	153
2.4 Depilación [tratamiento relacionado con la belleza]	155
1. Introducción teórica: «La estructura del vello y sus fases de crecimiento»	156
2. Ejercicio escrito: «Los diferentes tipos de depilación»	164
3. Caso práctico: «Productos depilatorios y tratamientos de seguimiento para clientes con problemas de piel»	165
4. Simulation "Treatment with customer – SKIN CANDY sugaring"	169
PINTURA CORPORAL [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA BELLEZA]	171
2.5 Pintura corporal [tratamiento relacionado con la belleza]	173
1. Simulación: «Identificación de herramientas y cosméticos»	174
2. Tarea práctica: «Selección de diseños para el cliente»	183
3. Caso práctico: «Creación de una guía de trabajo para una pintura corporal»	186
4. Tarea práctica: «Pintura del vientre con productos hipoalergénicos»	191
5. Ejercicio: «Diseños de pintura corporal para un evento de concienciación sobre el cáncer de mama»	195
6. Tarea práctica: «Crear un sitio web informativo»	198
7. Tarea práctica: «Crear una encuesta de satisfacción»	200
BRONCEADO [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA BELLEZA]	208
2.6 Bronceado [tratamiento relacionado con la belleza]	210
1. Resumen teórico: «Breve historia del bronceado»	211
2. Caso práctico: «Métodos de bronceado y protección solar»	214
3. Tarea práctica: «Autobronceadores y productos para el consumidor»	216
4. Tarea práctica: «Probar autobronceadores en casa»	219
5. Tarea práctica: «Productos autobronceadores y medio ambiente»	220

INTRODUCCIÓN

Este documento es el resultado del trabajo conjunto de organizaciones asociadas de Alemania, España, Italia, Chipre y Finlandia y se ha realizado dentro del proyecto «Mejora de las ofertas de FP en el sector del bienestar» (en adelante, *Skills for Wellness*, Proyecto Número 2019-1 -DE02-KA202-006180). El proyecto *Skills for Wellness* tiene como objetivo equipar a los proveedores de servicios de bienestar, profesionales y centros de FP con las herramientas necesarias para evaluar y mejorar las habilidades profesionales propias y las de sus empleados.

Objetivo del material de formación para el sector del bienestar

Los recursos de formación creados por todo el equipo de Skills for Wellness tienen una estructura modular y cubren todas las competencias profesionales necesarias, así como las habilidades transversales, para quienes trabajan en el sector del bienestar. Dichos materiales de formación se basan en los estándares ocupacionales y se han creado para ampliar y actualizar los materiales de formación existentes en el sector.

El primer paso ha sido identificar y redactar estándares ocupacionales, con el fin de enfocar el trabajo en habilidades y destrezas prácticas profesionales, tales como la higiene, la dermatología o la nutrición, los tratamientos faciales, el cuidado de las manos y los pies, los tratamientos corporales, el deporte y las actividades de tiempo libre, así como en habilidades transversales como las lenguas extranjeras, la comunicación y las destrezas ecológicas. Dichas competencias se han agrupado en áreas y unidades de trabajo, con el fin de construir un itinerario modular que ha facilitado el diseño de los materiales de formación para el aprendizaje basado en el trabajo, así como los procedimientos de evaluación con herramientas para la valoración y validación de las competencias adquiridas en los centros de FP y en un contexto no formal.

El propósito de estos recursos de capacitación es ayudar:

- a **empleados** del sector del bienestar a desarrollar aún más sus competencias profesionales y transversales con el fin de cumplir con los requisitos de los empleadores
- a **empleadores** y programas de FP del sector del bienestar a responder a los desafíos técnicos y las nuevas tendencias del sector del bienestar
- a **estudiantes** de programas de FP del sector del bienestar a prepararse con las habilidades y competencias necesarias

El enfoque utilizado para construir estos materiales de capacitación es un **enfoque de aprendizaje basado en el trabajo**; por ejemplo, algunos recursos pueden incluir simulaciones, casos prácticos, tareas prácticas en las que se utilizan vídeos, software, audio, otros sitios web, etc.

Además, para crear materiales de capacitación relevantes se ha puesto atención en los tratamientos de belleza, el deporte y el ejercicio físico, el ocio y la recreación o la recreación terapéutica, pero también en habilidades transversales como los idiomas extranjeros, la comunicación y el trabajo con el cliente y los conocimientos informáticos.

En el diseño de los materiales de capacitación, hemos tenido en cuenta los temas más importantes relacionados con el sector del bienestar, como **las habilidades ecológicas** y la atención a los clientes con necesidades especiales (por ejemplo, las mujeres embarazadas, las personas mayores y las personas enfermas de cáncer) para crear herramientas actualizadas e interesantes para todos aquellos que deseen mejorar sus habilidades y capacidades.

Cómo usar y aplicar los materiales de formación para el sector del bienestar

El consorcio ha desarrollado los recursos de formación de forma común con la contribución principal de expertos y profesores de entornos educativos y de formación profesional (escuelas de FP) y la

supervisión y contribución de personas del mercado laboral, como expertos externos y personal directivo del sector del bienestar.

Los materiales de capacitación están diseñados para utilizarse principalmente en dos entornos:

- en **entornos educativos y de formación profesional** (programas de FP) llevados a cabo por personal de FP (formadores/profesores)
- en empresas que trabajan en el campo del bienestar (centros de belleza, gimnasios, spas de bienestar, hoteles y centros de ocio donde se presta atención a las necesidades específicas de los clientes)

Otra forma de utilizar este material es el **autoestudio/autoaprendizaje**: cualquier estudiante (joven o mayor) que tenga interés en mejorar sus competencias puede descargar de forma libre y gratuita algunas áreas o unidades de los materiales de formación e iniciar su camino de enriquecimiento y mejora de sus conocimientos y habilidades en el sector del bienestar.

La estructura de los materiales de formación es la siguiente:

Cada área de trabajo se compone **de varias unidades**.

Cada unidad tiene como objetivo **obtener resultados de aprendizaje** definidos como conocimientos, habilidades y responsabilidad y autonomía, todos ellos relacionados con el desempeño requerido en el campo del bienestar. Los resultados del aprendizaje también se describen como una serie de indicadores de demostración que ayudan al usuario a comprender qué prácticas comunes basadas en situaciones reales de trabajo cubre la unidad y, al mismo tiempo, se necesitan en el mundo laboral.

Para lograr los resultados de aprendizaje (relativos a un nivel de referencia MEC 4 según los estándares europeos) se han creado diferentes **materiales de formación**.

Por lo tanto, cada unidad contiene una serie **de actividades** que permiten al alumno lograr el objetivo de aprendizaje de la unidad. Todas estas actividades se han diseñado para cubrir, además de las habilidades para actuar profesionalmente, la capacidad de trabajar con seguridad (conocimientos sobre higiene y seguridad) y de utilizar las competencias transversales más importantes relacionadas con la profesión (servicio al cliente y comunicación, competencias ecológicas y competencias TIC).

Finalmente, la **tipología de los materiales y recursos** se resume en la primera parte de la descripción de la unidad.

Cada material o actividad tiene una descripción o presentación inicial que explica al lector cuál es el eje central de la actividad y cuáles son los pasos para completar las tareas.

En cada actividad también se especifica su **tipología**, es decir, si la actividad es individual, grupal o mixta; **la lista de materiales, equipos y herramientas** necesarios para completar la actividad, ejercicio o tarea y **el tiempo necesario** para ello. Cada actividad se complementa con los **anexos**, es decir, documentos, ejercicios, enlaces y todo lo necesario para realizar la actividad, así como con las respectivas **soluciones**, cuando corresponda.

Todos estos materiales de formación se han diseñado para utilizarse en los tres contextos de aprendizaje mencionados (en la escuela, en el trabajo o en casa para el autoaprendizaje).

En esta guía, los estudiantes o formadores de los centros de FP, así como los empleadores o empleados del sector del bienestar, pueden encontrar materiales y recursos de formación innovadores y actualizados creados con un enfoque de aprendizaje basado en el trabajo, es decir, con resultados y objetivos claros de aprendizaje basados en el trabajo.

MATERIAL FORMATIVO

Área de trabajo 2: tratamientos corporales

- 2.1 Diagnóstico de la piel corporal y tratamientos de belleza relacionados
- 2.2 Masaje corporal [tratamiento relacionado con los cuidados]
- 2.3 Tratamientos corporales: hidroterapia, tratamientos anticelulíticos, aromaterapia, luminoterapia, sauna y baños [tratamientos relacionados con los cuidados y la belleza]
- 2.4 Depilación [tratamiento relacionado con la belleza]
- 2.5 Pintura corporal [tratamiento relacionado con la belleza]
- 2.6 Bronceado [tratamiento relacionado con la belleza]

Tratamientos corporales



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIAGNOSI DELLA PELLE DEL CORPO
[TRATTAMENTI CORRELATI ALLA CURA E ALLA
BELLEZZA]



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Tratamientos corporales

2.1		DIAGNÓSTICO DE LA PIEL CORPORAL Y TRATAMIENTOS DE BELLEZA RELACIONADOS	
Los resultados del aprendizaje corresponden al MEC			MEC 4
Resultados del aprendizaje: la persona es capaz de analizar la piel del cuerpo y evaluar los resultados para planificar un tratamiento teniendo en cuenta los deseos y necesidades del cliente			Indicadores que lo demuestran
Conocimientos	Habilidades	Responsabilidad y autonomía	
<i>La persona puede</i>	<i>La persona puede</i>	<i>Capacidades comprobadas</i>	<i>Con base en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Describir los métodos de diagnóstico y las herramientas necesarias para seleccionar otros tratamientos corporales. • Está familiarizada con elementos de anatomía (estructura, tipos, características y funciones de la piel), dermatología, fisiología, higiene y cosmetología funcional en tratamientos corporales. • Enumerar tipos de cambios patológicos en la piel del cuerpo que obstruyen o impiden la realización de un tratamiento de belleza. • Indicar los riesgos asociados con los diferentes tipos de 	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar métodos y herramientas de diagnóstico (entrevista y observación, atención al cliente) necesarios para analizar el estado de la piel y decidir los tratamientos corporales. • Reconocer las diversas indicaciones y contraindicaciones sobre la piel del cuerpo para elegir y aplicar tratamientos corporales, así como los riesgos asociados a los tratamientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asumir la responsabilidad de la realización del análisis de la piel de todo el cuerpo. • Respetar los límites entre las capacidades de los esteticistas y las de los dermatólogos. • Asesorar al cliente sobre los motivos de las características individuales de la piel según las imperfecciones encontradas. • Orientar al cliente en la elección del producto, aplicación y tratamiento más adecuados para su caso concreto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rellena la ficha del cliente utilizando las técnicas visuales, táctiles y termográficas para detectar alteraciones cutáneas, además de la técnica de la entrevista para rellenar la parte dedicada a la anamnesis general. • Demuestra habilidades interpersonales para manejar la relación con los clientes durante el tiempo del diagnóstico. • Prepara el espacio con todo el material necesario para poder realizar el diagnóstico. • Recomienda los productos y propone soluciones con base en sus conocimientos cosmetológicos, anatómicos y

<p>tratamientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar indicaciones y contraindicaciones en el cuerpo para la realización de tratamientos corporales. • Recordar el impacto de factores externos e internos en el estado y el funcionamiento de la piel del cuerpo. 			<p>dermatológicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce las técnicas de higiene y sabe cómo ponerlas en práctica. • Realiza el diagnóstico en el tiempo fijado y siguiendo las secuencias correctas. • Maneja los imprevistos relacionados con el comportamiento del cliente o con las complicaciones que puedan surgir durante el diagnóstico.
<p>Herramientas de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Demostración • Caso práctico • Test 		

2.1 Diagnóstico de la piel corporal y tratamientos de belleza relacionados

Lista de materiales y actividades

1. Simulación: «Diagnóstico antropométrico estándar visual y táctil»
2. Simulación: «Diagnóstico termográfico»
3. Análisis de vídeo: «El medidor de impedancia, plicometría y placas termográficas»
4. Tarea práctica: «Uso de placas termográficas»
5. Tarea práctica: «Tratamientos relacionados con la detección termográfica (tratamientos relacionados con la celulitis)»
6. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»
7. Caso práctico: «Asesoramiento sobre los tratamientos anticelulíticos»

Objetivo de la unidad

Al final de esta unidad, podrás completar un análisis de la piel del cuerpo para planear su tratamiento. Realizarás las tareas de forma profesional y comprensible, también en un idioma extranjero. También podrás identificar anomalías corporales y cambios patológicos. Identificarás las herramientas para el tratamiento corporal y los aparatos y dispositivos básicos. Se requieren dotes de comunicación, bases dermatológicas y cosmetológicas y conocimientos de higiene para resolver imprevistos.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Procesos de gestión y apoyo
- Gestión del tiempo
- Competencias TIC
- Lenguas extranjeras
- Competencias ecológicas

Habilidades de higiene y seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de los materiales y recursos

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> análisis de vídeo <input checked="" type="checkbox"/> simulación <input checked="" type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input checked="" type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> caso práctico <input type="checkbox"/> observación en situación de trabajo <input type="checkbox"/> diálogos <input type="checkbox"/> ejercicio escrito <input type="checkbox"/> otros: _____ |
|---|---|

Título del material o actividad	1. Simulación: «Diagnóstico antropométrico estándar visual y táctil»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en simular el manejo de un cliente en su primera cita, para lo que es necesario realizar un diagnóstico estándar. Se llevarán a cabo los siguientes pasos:</p> <p>Paso 1: recibir al cliente</p> <p>Paso 2: preparar al cliente para el diagnóstico</p> <p>Paso 3: rellenar la ficha de cliente (breve entrevista con el cliente)</p> <p>Paso 4: ejecutar el protocolo de diagnóstico</p> <p>Paso 5: despedir al cliente: asesoramiento final (cuidados en casa, propuestas de tratamientos posteriores, plan de citas y gestión de agenda)</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ficha de cliente, agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● báscula ● cinta métrica corporal para medir la altura y las circunferencias ● cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	Ficha de cliente: ficha del cuerpo Agenda de papel o electrónica
Solución de la actividad	

Ficha de cliente: ficha del cuerpo

FICHA DE CLIENTE



NOMBRE

APELLIDOS

FECHA DE NACIMIENTO

DIRECCIÓN

CIUDAD

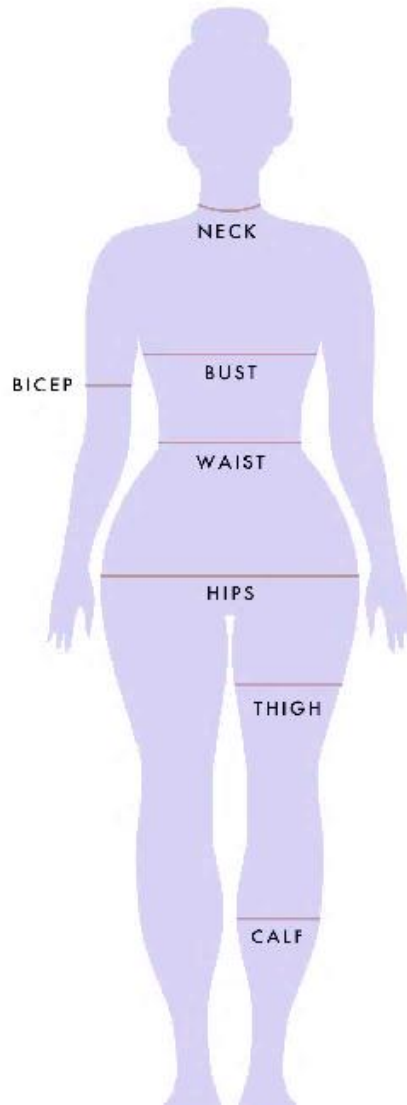
TELÉFONO MÓVIL

PROFESIÓN

HISTORIAL GENERAL

ACTIVIDAD	<input type="checkbox"/>	SEDENTARIA	<input type="checkbox"/>	NORMAL	<input type="checkbox"/>	DINÁMICA
ALTERACIONES GÁSTRICAS	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
TRASTORNOS GASTROINTESTINALES	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
DIURESIS	<input type="checkbox"/>	ESCASA	<input type="checkbox"/>	NORMAL		
PROBLEMAS DE TIROIDES	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	HIPO	<input type="checkbox"/>	HIPER
PROBLEMAS DE CIRCULACIÓN LINFÁTICA	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
PROBLEMAS EN LA CIRCULACIÓN SANGUÍNEA	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
CALAMBRES, HORMIGUEO	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Dónde?
¿USO DE ANTICONCEPTIVOS?	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
¿USO DE MEDICAMENTOS?	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Cuál(es)?
MENSTRUACIÓN	<input type="checkbox"/>	REGULAR	<input type="checkbox"/>	IRREGULAR	<input type="checkbox"/>	MENOPAUSIA
INTERVENCIONES QUIRÚRGICAS			<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ
¿CUÁL(ES)?						
EMBARAZO	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Cuántos?
ALERGIAS	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
¿CUÁL(ES)?						
ENFERMEDADES IMPORTANTES			<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ
¿CUÁL(ES)?						
FUMA	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Cuántos cigarrillos al día?
ACTIVIDAD FÍSICA	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		
¿Cuál(es)?						
¿BEBE AGUA?	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SÍ		¿Cuántos litros por semana?

FORMA CORPORAL



PESO Kg

ALTURA cm

CONSTITUCI
ÓN
CORPORAL

Delgada

Normal

Gruesa

ANÁLISIS FISIOMORFOLÓGICO

RETENCIÓN DEL LÍQUIDOS	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
FLACIDEZ CUTÁNEA	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
ADIPOSIDAD LOCALIZADA	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
OBESIDAD	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
EDEMAS	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
CELULITIS EDEMATOSA	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
CELULITIS BLANDA	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
CELULITIS COMPACTA	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
ESTRÍAS	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí	
Color de las estrías:	<input type="checkbox"/> Rojizo	<input type="checkbox"/> Blanco nacarado	
Ubicación:	<input type="checkbox"/> Muslos	<input type="checkbox"/> Nalgas	<input type="checkbox"/> Senos
	<input type="checkbox"/> Abdomen	<input type="checkbox"/> Caderas	
SENOS	Desarrollo insuficiente (hipoplasia)	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí
	Desarrollo excesivo (hiperplasia)	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí
	Volumen excesivo (hipertrofia)	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Sí

Agenda de papel o electrónica

Empresa/clase

DÍA		MES		AÑO	2020				
HORARIO	Amanda	Jennifer	María	Cristina					
08:30									
08:45									
09:00									
09:15									
09:30									
09:45									
10:00									
10:15									
10:30									
10:45									
11:00									
11:15									
11:30									
11:45									
12:00									
12:15									
12:30									
12:45									
13:00									
13:15									
13:30									
13:45									
14:00									
14:15									
14:30									
14:45									

15:00

15:15									
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

15:30

15:45									
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

16:00

16:15									
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

16:30

16:45									
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

17:00

17:15									
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

17:30

17:45									
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

18:00

18:15									
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

18:30

18:45									
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

19:00



Título del material o actividad	2. Simulación: «Diagnóstico termográfico»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en simular el manejo de un cliente durante la ejecución de un diagnóstico termográfico. El alumno tiene que completar los siguientes pasos:</p> <p>Paso 1: recibir al cliente.</p> <p>Paso 2: preparar al cliente para el diagnóstico.</p> <p>Paso 3: rellenar la ficha de cliente (breve entrevista con el cliente).</p> <p>Paso 4: ejecutar el protocolo de diagnóstico.</p> <p>Paso 5: despedir al cliente: asesoramiento final (cuidados en casa, propuestas de tratamientos posteriores, plan de citas y gestión de agenda).</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ficha de cliente, agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● báscula ● cinta métrica corporal para medir la altura y las circunferencias ● placas termográficas ● cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha del cuerpo (ver actividad núm. 1)</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver actividad núm. 1)</p> <p>Métodos de análisis corporal</p> <p>Tratamiento de la celulitis</p>
Solución de la actividad	

Métodos de análisis corporal

INTRODUCCIÓN A LA COMPOSICIÓN CORPORAL

La composición corporal representa el peso real de una persona.

La mayoría de la gente piensa que el peso que indica su balanza es el único indicador de su estado. El peso por sí solo no es un parámetro fiable sobre la salud de una persona.

La composición corporal es la que define la calidad del peso de una persona y, por tanto, su estado de salud.

EVALUACIÓN DEL ANÁLISIS CORPORAL

La evaluación corporal representa la calidad de la masa grasa y magra presente en el cuerpo humano. Se suele expresar en forma de porcentaje del peso total (por ejemplo, 20 % de grasa).

MASA MAGRA

El término "MASA MAGRA" representa en nuestro cuerpo todo lo que consume las calorías que ingerimos e incluye los músculos, los huesos, los órganos y el tejido conectivo. Controlar la masa magra es la clave para lograr el peso ideal. Cuanto mayor es la masa magra, más rápido quema calorías el cuerpo en reposo, durante el ejercicio e incluso al dormir. Por eso, es muy importante mantener constante el peso de la masa magra y quizás aumentarlo. Por ejemplo, seguir una dieta sin hacer ejercicio reduce la masa magra.

METABOLISMO BASAL

El peso de la masa magra determina el metabolismo basal (BMR). El BMR representa la cantidad de calorías que nuestro cuerpo consume en reposo a lo largo del día. Recuerda que solo la masa magra quema calorías, ¡la grasa, no! Cuanto mayor sea el peso de la masa magra, mayor será nuestro metabolismo (BMR) y, en consecuencia, nuestro cuerpo también quemará el exceso de calorías más rápidamente. El ejercicio regular ayuda a lograr este objetivo y a aumentar el metabolismo basal (BMR).

MASA GRASA

La masa grasa es el aporte de calorías acumulado en nuestro cuerpo y está representada por la grasa subcutánea intramuscular. La grasa corporal existe en dos formas básicas: grasa esencial y grasa almacenada. Contrariamente a la creencia popular, no toda la grasa es mala. La grasa esencial es importante como amortiguador, como reserva calórica ante las variaciones climáticas y como protector de los órganos vitales. En los hombres, la grasa esencial está entre el 3 % y el 5 % y en las mujeres, entre el 8 % y el 12 %. La grasa acumulada se produce como consecuencia de los excesos en la dieta. No es importante lo que comes, sino si comes más de lo necesario, porque en tal caso, el exceso de calorías se acumula en forma de grasa.

AGUA CORPORAL

El agua corporal es la cantidad de agua contenida en el cuerpo humano. Los hombres tienen una cantidad de entre un 50 % y un 60 %. Las mujeres, en cambio, entre un 45 % y un 60 %.

ANÁLISIS DE LA COMPOSICIÓN CORPORAL

Este análisis se está convirtiendo en uno de los métodos más importantes para diagnosticar y tratar la obesidad y controlar el estado de salud y bienestar de nuestro cuerpo.

OBESIDAD

La obesidad es una enfermedad. Una de cada cuatro personas presenta de algún modo un grado mayor o menor de obesidad. En diversas ocasiones, los Ministerios de Sanidad de diferentes países han subrayado que la obesidad, definida como una acumulación excesiva de grasa, supone un grave peligro para nuestro bienestar psicofísico.

DIAGNÓSTICO PARA EL TRATAMIENTO

El análisis de la composición corporal es el método más eficaz para diagnosticar y tratar la obesidad como exceso y acumulación de grasa.

Un hombre que tiene de un 25 % a un 30 % de masa grasa tiene sobrepeso evidente y se encuentra en el límite porque por encima del 30 % se consideraría obeso desde el punto de vista clínico.

Por otro lado, una mujer que tiene de un 30 % a un 35 % de masa grasa tiene sobrepeso y se encuentra en el límite porque por encima del 35 % se consideraría obesa desde el punto de vista clínico. Por eso, el análisis de la composición corporal aporta datos importantes para las personas que quieren mantener un buen nivel de salud y ayuda a conseguir y mantener la composición corporal ideal.

PROGRAMA DE SALUD

El análisis de la composición corporal influye en gran medida en todas las actividades relacionadas con el bienestar, la salud, la estética y la forma física. Hoy en día, se considera un examen de rutina incluso en medicina preventiva. Utilizando el análisis de la composición corporal, todos los operadores de salud y bienestar pueden establecer programas destinados a lograr objetivos.

Por ejemplo, un excelente programa de salud es aquel que logra combinar de manera efectiva una nutrición adecuada con el ejercicio físico. La composición corporal se utiliza como un punto de referencia fiable para establecer resultados y documentar los progresos.

Por ejemplo, un programa nutricional o dietético sin el ejercicio adecuado resultará en una pérdida de peso que afectará en un 50 % a la masa grasa y en un 50 % a la masa magra (músculo). De hecho, tras la dieta, la báscula mostrará una reducción de peso, pero el porcentaje de masa grasa se mantendrá igual o incluso aumentará. Solo la actividad física regular combinada con una dieta saludable podrá reducir el porcentaje de grasa manteniendo el peso de la masa magra a expensas del peso de la masa grasa.

Analizador de impedancia bioeléctrica (BIA)

Mide en segundos la grasa corporal, la masa magra, el agua y la tasa metabólica basal.

Mide tu porcentaje de grasa corporal con un porcentaje de error del 1 %.

¿Por qué analizar la composición corporal?

El análisis de la composición corporal permite la cuantificación de sus principales componentes: masa magra, masa grasa, agua. Aunque las tablas de peso-talla son ampliamente utilizadas para definir el grado de sobrepeso en función de la edad y la estructura física, todavía no pueden proporcionar información sobre la composición cualitativa del peso corporal. Estas tablas se han formulado con base en datos estadísticos del peso medio para el que la mortalidad es menor, sin considerar las causas de la muerte ni la calidad de vida antes de esta. Puede ocurrir que un sujeto tenga un peso muy superior al sugerido por las tablas, pero que la cantidad de su grasa sea muy baja.

El exceso de peso es debido a la masa muscular. Según las tablas de la Metropolitan Insurance Life Company (1983) un sujeto de 21 años (por ejemplo, un deportista de competición) con una estructura ósea pesada, una altura de 188 cm y un peso de 115,7 kg, debería pesar de 78 a 89,4 kg. Según estos estándares, un atleta tiene sobrepeso y debe reducir su peso en 26,3 kg para alcanzar el valor más alto del rango de peso recomendable. Calculando el índice de Quetelet o IMC se obtiene un valor de 32,77, es decir, obesidad. Según este criterio, nuestro deportista no debería practicar actividades de competición, sino seguir una dieta para eliminar su exceso de peso. Pero el atleta, por ejemplo, tiene un 12,7 % de tejido adiposo, lo cual es inferior a los valores medios encontrados en sujetos de la misma edad que no compiten, a pesar del mayor peso. Este ejemplo demuestra la necesidad de utilizar criterios de evaluación distintos a las tablas de peso-talla o el IMC para definir el estado nutricional de un sujeto.

La electrolipografía o análisis de la composición corporal con impedanciometría, según los conocimientos actuales, es la prueba no invasiva más completa disponible y la más aconsejable para realizar una evaluación completa y correcta. Los principales componentes estructurales del cuerpo son la masa muscular, el tejido adiposo y los huesos. Hay marcadas diferencias en la composición corporal debido al sexo. Los hombres son más altos y más pesados. En proporción a su peso, tienen más masa muscular y menos grasa corporal que las mujeres. Esta diversidad se debe a varios motivos, sobre todo de carácter hormonal.

El tejido adiposo se divide en dos depósitos principales. El primero, definido como esencial, se encuentra en la médula ósea, el corazón, los pulmones, el hígado, el bazo, los riñones, los intestinos, los músculos y los tejidos ricos en lípidos como el SNC. Esta grasa es necesaria para el desempeño de funciones fisiológicas. El segundo, la grasa almacenada, es una reserva de energía. Incluye la grasa que protege los diversos órganos internos de los traumatismos y la subcutánea. Aunque su distribución es similar en hombres (12 %) y mujeres (15 %), la cantidad de grasa esencial en mujeres es 4 veces mayor. Lo más probable es que la grasa esencial adicional sea biológicamente importante para el embarazo y para otras funciones relacionadas con las hormonas.

La impedancia bioeléctrica

Entre las técnicas no invasivas, la evaluación de la composición corporal por impedanciometría parece ser la más reciente y en la que con seguridad se centrará la investigación internacional en el futuro cercano. El análisis de la impedancia utiliza una señal eléctrica aplicada al cuerpo, que registra una serie de parámetros físicos (la resistencia y la reactancia) que dependen del contenido de agua (intra, extra y transcelular) y de los iones presentes en ella. Estos parámetros reflejan los diferentes comportamientos de las estructuras biológicas; de hecho, mientras los fluidos intra y extracelulares se comportan como conductores, las membranas celulares actúan como elementos capacitivos (condensadores).

Por consiguiente, la impedancia bioeléctrica determina la cantidad de agua en el cuerpo e indirectamente los porcentajes de distribución entre el tejido magro y el tejido adiposo, ya que el tejido magro contiene casi toda el agua y los electrolitos del cuerpo, mientras que el tejido adiposo se considera un compartimento prácticamente anhidro. Gracias a un sofisticado dispositivo computarizado que utiliza este principio, el medidor de impedancia tipo BIA, se obtiene un análisis de la composición corporal en pocos segundos. El método difiere de la técnica plicométrica por la rapidez del análisis y por la posibilidad de evaluar el agua corporal total que del otro modo no sería posible. Con el medidor de impedancia no es necesario «manipular» al paciente como en la plicometría, sino que es un análisis más tecnológico, ya que utiliza un dispositivo electrónico equipado con un microprocesador capaz de operar de forma autónoma en cualquier lugar.

Mira este vídeo sobre el análisis de impedancia bioeléctrica (BIA):

<https://www.youtube.com/watch?v=vTcUS3qCLSU> (Bioelectrical Impedance Analysis)

<https://www.youtube.com/watch?v=047IML9ndPo> (BIA Explainer Video – Bodystat)

Cómo funciona

Los electrodos desechables (disponibles por separado) se aplican en la muñeca y el tobillo derechos. El cable está conectado a los electrodos y al enchufe ubicado en la parte posterior del dispositivo. El aparato genera una corriente eléctrica inofensiva de baja intensidad que atraviesa el cuerpo y mide cuánta resistencia (biorresistencia) ha ofrecido el cuerpo a la corriente. Para realizar una prueba, simplemente introduce el sexo, la edad, la altura y el peso del sujeto. Dichos datos y el valor de biorresistencia se utilizan para determinar el porcentaje de grasa corporal.

Características principales

El medidor de la impedancia para el análisis de la composición corporal contiene todas las funciones siguientes en un solo dispositivo: calcula todos los datos más importantes sobre la composición corporal; mide la biorresistencia, el porcentaje de grasa corporal, el peso de la grasa corporal y la masa magra, la tasa metabólica basal (BMR) y el agua corporal total (TBW); también puede proporcionar datos personalizados para perder o ganar peso.

Impresión de los resultados

El dispositivo está equipado con una impresora incorporada. Esto elimina las molestias de conectar la impresora externa y permite entregar múltiples copias de los resultados al sujeto o archivarlas. La impresión incluye los valores de peso deseables y cualquier exceso de kilos. El operador puede modificar y personalizar estos datos en función de los objetivos del cliente. Los datos obtenidos tienen un promedio de error del 1 % y un factor de probabilidad de 0,97 a diferencia de la técnica de medición de peso hidrostática, que es el método de referencia.

Preparación del sujeto: para garantizar resultados fiables, el sujeto debe cumplir con las siguientes condiciones antes de realizar la prueba:

- No haber bebido alcohol durante las últimas 24 horas.
- No haber realizado esfuerzo físico en las últimas 2 horas.
- No haber comido durante los últimos 3/4 de hora ni haber bebido en las últimas 2 horas.
- No estar embarazada (contraindicación).
- No llevar un marcapasos (contraindicación: el alcohol y el esfuerzo físico pueden provocar deshidratación).
- Evitar el período de la menstruación.

En tal caso, la prueba puede verse afectada ya que los valores de grasa pueden ser excesivamente altos. Por lo tanto, es mejor realizar el análisis antes del entrenamiento. La ingestión de alimentos antes de la prueba puede afectar al peso corporal, aunque no de manera muy significativa.

Colocación de los electrodos

El sujeto debe estar en decúbito supino. Las manos y los pies no deben tocar ninguna parte del cuerpo. El sujeto debe estar relajado y debe mantener las manos al menos a 15 cm del cuerpo con las palmas hacia abajo. El tobillo y la mano derechos deben estar descubiertos, las piernas deben estar separadas y con una separación de 15 a 20 cm para no tocar el área de la ingle. Los electrodos se colocan en el tobillo y en la muñeca, siempre del lado derecho.

OTROS MÉTODOS PARA MEDIR LA GRASA CORPORAL

Plicometría

La plicometría se basa en medir el grosor del tejido adiposo subcutáneo con un instrumento llamado plicómetro (o adipómetro). Estas medidas se relacionadas con el porcentaje de grasa corporal mediante ecuaciones de regresión. El método parte de la base de que existe una relación entre la cantidad de grasa subcutánea y la grasa corporal total. Por tanto, midiendo el grosor del pliegue adiposo en algunas zonas, es posible calcular la cantidad corporal total. Este método requiere habilidad y mucha experiencia por parte del operador.

Una de las principales limitaciones es la gran variabilidad en la medición de los pliegues entre diferentes operadores, ya que la técnica de cada uno varía, aunque tengan mucha experiencia.

Otros posibles errores y limitaciones de este método son:

- El tipo de plicómetro utilizado (los más fiables son el de Harpenden [inglés] y el de Lange [americano]).
- El lugar de medición y la validez de las ecuaciones de regresión utilizadas para hacer la correlación.
- Errores del operador y variabilidad entre diferentes operadores.

- No es cómodo para el sujeto que tiene que desvestirse y hay que pellizcarlo en diferentes regiones.
- Es difícil de realizar en personas muy obesas o cuando la zona subcutánea está especialmente adherida.

Para más información, mira el siguiente vídeo de presentación:

https://www.youtube.com/watch?v=iswCHPi_OGs (How to perform a 7-site skinfold body fat measurement on a female)

Termografía

Es un detector de la temperatura, que permite evaluar los aspectos térmicos de la celulitis y, al mismo tiempo, medir la circunferencia de las piernas o los muslos.

Gracias a las placas de microcristales, cada una de un color diferente según las diferentes temperaturas del entorno circundante, es posible obtener una lectura detallada del tipo de celulitis a tratar.

- AZUL CLARO para uso en invierno
- VERDE para uso intermedio
- AMARILLO para uso en ambientes calurosos

Fases de la celulitis

- Celulitis en fase 1: ausencia total de manchas, sin variación en la textura y la flaccidez.
- Fase 2: manchas descoloridas, alteraciones de la microcirculación, superficie de la piel ligeramente rugosa.
- Fase 3: manchas de piel de leopardo (numerosas manchas hipotérmicas con márgenes definidos), piel flácida con poca elasticidad.
- Fase 4: manchas negras (manchas azules o verdes rodeadas de áreas negras y marrones) y áreas hipotérmicas.

Es muy importante no exponerse al sol durante las 24 horas previas.

La termografía de contacto permite diferenciar las distintas fases de la celulitis y además identificar la que está oculta, al separarla de la grasa.

Para más información, mira el siguiente vídeo de presentación:

<https://www.youtube.com/watch?v=FSnB6dsGxCM> (Contact thermography)

Tratamientos contra la celulitis

CELULITIS EN DIFERENTES GRUPOS DE EDAD

Veamos en detalle en qué momentos de la vida aumenta la celulitis:

- En la fase premenstrual, la circulación sanguínea tiende a ralentizarse, lo cual crea una situación ideal para la retención de líquidos. De hecho, te sientes más «hinchada» debido a la acumulación de líquidos. Además, en caso de ciclos menstruales irregulares, la situación es aún peor ya que el cuerpo no regula la eliminación natural de toxinas del organismo.
- Durante el embarazo, la celulitis puede aparecer o acentuarse si ya estaba presente. A medida que aumenta el peso, el tejido adiposo también aumenta, el volumen de la barriga dificulta la microcirculación sanguínea, especialmente en los muslos, y los cambios hormonales en curso alteran el metabolismo normal.
- Como resultado de las disminuciones drásticas de peso, la celulitis empeora. A menudo, cuando se detecta esta imperfección, lo primero que se hace es seguir una dieta estricta. ¡Eso es lo peor que se puede hacer! La pérdida de masa muscular derivada de una pérdida de peso rápida y excesiva hace que el tejido adiposo sea aún más evidente.

Menopausia y celulitis

Como hemos visto, en cada fase del desarrollo de una mujer, puede presentarse celulitis, evolucionar e incluso empeorar. La menopausia tampoco es un periodo que debe subestimarse. Los grandes cambios hormonales y fisiológicos son muy importantes en este período de la vida.

La menopausia provoca cambios y una disminución de las hormonas que el cuerpo produce de forma natural. Sin embargo, al producir menos estrógeno, hay menos retención de agua y una mejora en la circulación sanguínea, lo que podría restaurar o mejorar la apariencia de la piel. Por desgracia, suele haber un aumento del apetito que conlleva una subida de peso que puede dar lugar a una acumulación de tejido adiposo difícil de eliminar.

Por eso, en la menopausia se recomienda seguir una dieta que estimule la diuresis y rica en vitaminas y realizar actividad física regular, además de aumentar el aporte de agua al organismo.

CELULITIS A LOS 30 AÑOS

Depende mucho de la edad de inicio (que, debido a influencias hormonales, a menudo coincide con la adolescencia), pero la celulitis de una persona de treinta años puede ser todavía relativamente «joven», es decir, en la primera fase (edematosa), caracterizada por la típica piel de naranja y ligeras ondulaciones. Sin embargo, más a menudo es de tipo adiposo, es decir, una celulitis caliente al tacto, compacta y asociada con el sobrepeso, aunque sea leve, que se caracteriza por la típica «piel de colchón» en los muslos, los glúteos, el abdomen y las caderas. El lado positivo: a nivel biológico, la piel de una persona de treinta años sigue siendo firme y, en consecuencia, es capaz de atenuar la piel de naranja con un efecto óptico o de contención.

CELULITIS A LOS 40 AÑOS

A partir de los 40 años, la celulitis, especialmente si no se trata adecuadamente a una edad más temprana, puede convertirse fácilmente en fibrosa, una fase avanzada caracterizada por pequeños gránulos subcutáneos y endurecimiento de los tejidos y por una piel fría que duele al tacto. El aspecto es una piel similar a un colchón con nódulos claramente visibles en los muslos, el abdomen, las caderas y, a menudo, también en los brazos. El declive hormonal fisiológico (que afecta a la génesis y progresión de la celulitis) y el cronoenvejecimiento, en particular la ralentización de la actividad de los fibroblastos productores de colágeno, fibras elásticas y ácido hialurónico, también contribuyen a resaltar aún más estas imperfecciones: el efecto tensor y de contención de la piel, los «agujeros» de los tejidos fibrosos son aún más evidentes.

CELULITIS A LOS 50 - 60 AÑOS

Después de la menopausia, la piel de naranja tiende a transformarse en la llamada «celulitis laxa», donde las imperfecciones tiende a agudizarse visiblemente debido al deslizamiento de la piel y los tejidos subcutáneos hacia abajo y al marcado adelgazamiento y pérdida de elasticidad de los tejidos. Un proceso que se agrava si los músculos están poco desarrollados y dejan espacio para que las células grasas, infiltradas con agua, «aniden».

CARTA DE TRATAMIENTOS ANTICELULÍTICOS

Tratamiento detoxificante y depurativo con barro

Material

- de un solo uso para la clienta
- tiras de productos
- spray potenciador de detergentes
- sinergia relajante en la zona dorsal y en el plexo solar
- sinergia linfocítica en los puntos de descarga (ganglios linfáticos)
- gel purificante desintoxicante para aplicar sobre las zonas a tratar y masajear hasta su absorción
- barro, aplicar por todo el cuerpo

Equipo

- sauna eléctrica: 20 minutos
- ducha

Tratamiento drenante con barro para la celulitis edematosa

Material

- de un solo uso para la clienta
- tiras de productos
- spray potenciador de detergentes
- sinergia relajante en la zona dorsal y en el plexo solar
- sinergia linfocítica en los puntos de descarga (ganglios linfáticos)
- gel e-cell para aplicar sobre las zonas a tratar y masajear hasta su absorción
- barro, aplicar por todo el cuerpo

Equipo

- sauna eléctrica: 20 minutos
- ducha

Tratamiento con algas para la celulitis edematosa

Material

- de un solo uso para la clienta
- tiras de productos
- spray potenciador de detergentes
- sinergia relajante en la zona dorsal y en el plexo solar
- sinergia linfocítica en los puntos de descarga (ganglios linfáticos)
- sinergia drenante para aplicar sobre las zonas a tratar
- alga laminaria + alga fucus

Equipo

- sauna eléctrica: 20 minutos
- ducha

Tratamiento con algas de la celulitis fibrosa

Material

- de un solo uso para la clienta

- tiras de productos
- espray potenciador de detergentes
- sinergia relajante en la zona dorsal y en el plexo solar
- sinergia linfóvital en los puntos de descarga (ganglios linfáticos)
- sinergia modeladora para aplicar sobre las zonas a tratar
- alga laminaria + alga fucus

Equipo

- sauna eléctrica: 20 minutos
- ducha

FASES TERMOGRÁFICAS DE LA CELULITIS Y SUS TRATAMIENTOS RECOMENDADOS

1. IMAGEN UNIFORME – NORMALIDAD

La ausencia de manchas significa que no hay celulitis y esto sucede porque hay una buena circulación sanguínea sin edemas ni retención de toxinas.

No hay zonas frías ni calientes, la temperatura es homogénea. La superficie de la piel es lisa y no se detectan formas nodulares.

Qué hacer

Asesorar a la cliente sobre la prevención. De media, ciclos de 12 tratamientos a realizar una vez a la semana y dos veces al año.

En el centro

- Exfoliación: una vez al mes, exfoliación de la capa córnea superficial que mantiene la piel suave e hidratada y permite una mayor penetración de los principios activos de los productos.
- Masajes manuales genéricos: resultan válidos tanto por su efecto estimulante de la circulación sanguínea local, como para la mejora del trofismo cutáneo y la oxigenación celular. Mantienen en buen estado la circulación sanguínea y linfática, evitando el estancamiento de líquidos, la principal causa de la formación de la celulitis.
- Fangoterapia y vendajes: colocación de barro o vendajes con tiras y una manta eléctrica durante al menos 30 minutos, aclarado y masaje.
- Baños de sal
- Bañera de hidromasaje: con o sin sal
- Electroestimulación/gimnasia pasiva

Autocuidado en casa

Productos que mantienen el tejido elástico, hidratado y suave, de uso preferentemente diario, para drenar y apoyar la microcirculación. Prestar atención a la nutrición, realizar actividad física.

2. IMAGEN CON MANCHAS OSCURAS BORROSAS - CELULITIS EDEMATOSA

La imagen presentará manchas de varios colores con bordes difuminados, rodeadas de halos que indicarán la presencia de zonas frías, es decir, menos irrigadas por los vasos sanguíneos. La superficie de la piel parece áspera al tacto, la flaccidez del tejido aumenta ligeramente y la elasticidad y el tono pueden disminuir. Normalmente, al colocar la mano durante unos segundos en la zona a examinar (aplicando mayor presión con la yema de los dedos sobre ella), notarás un halo blanco que confirma la presencia de líquidos en el tejido celular subcutáneo.

Qué hacer

Asesorar a la clienta sobre los ciclos de tratamiento para evitar que la situación empeore. De media: ciclos de 10/12 tratamientos a realizar 1 o 2 veces por semana y 2 o 3 veces al año. Evaluar las mejoras usando placas termográficas.

En el centro

Todos los tratamientos que tengan ingredientes activos drenantes (barros y envolturas a base de sal, gotu kola, rusco castaño de indias, hiedra, etc.), vasotónicos, es decir, capaces de reducir la permeabilidad capilar y favorecer el retorno venoso, la reabsorción de edemas y la reactivación de la microcirculación (castaño de Indias, ruscus, hamamelis, arándano, vid roja, rutina, etc.) y reepitelizantes (centella), es decir, que estimulan la regeneración de los componentes subcutáneos. Evaluar si el edema va acompañado o no de bolsas de grasa; de ser así, combinar con el uso de productos lipolíticos que aumentan el metabolismo del tejido adiposo (algas marinas, cafeína, etc.).

En detalle:

- Exfoliante: una vez al mes
- Masajes de drenaje linfático manual: desbloquear las estaciones linfáticas con unas gotas de aceite drenante y masajear con cremas que deben contener los principios activos mencionados anteriormente para amplificar los efectos. El drenaje linfático es muy eficaz y en pocas sesiones permite reducir la circunferencia de la zona tratada y devolver a la piel un color rosado gracias a una mejor oxigenación.
- Masajes de drenaje linfático mecánico: presoterapia con o sin vendajes (según la predisposición de la clienta a la retención de líquidos, la sensación de pesadez y la hinchazón); vacío (tecnología que aplica, a través de una pieza de mano utilizada por el profesional, una especie de succión/pausa/presión capaz de «succionar» y «liberar» el pliegue cutáneo de la zona tratada para despegar el tejido y mejorar su flaccidez). Además de ser muy adecuado para la circulación sanguínea y linfática y para drenar el exceso de líquidos, ayuda a mantener una buena silueta.
- Masaje manual del tejido conjuntivo: despega el tejido de forma más energética y se combina con el uso de productos (sueros, cremas, aceites) con los principios activos mencionados anteriormente.
- Fangoterapia y envolturas: utilizando productos a base de sales y geles con acción drenante (excelentes los del Mar Muerto) o a base de mucílagos marinos, ricos en yodo; incluso los productos a base de arcilla favorecen la reducción de líquidos y la eliminación de toxinas.
- Si después de haber contrarrestado y reducido el edema con los tratamientos mencionados anteriormente, el panículo adiposo persiste y sigue siendo evidente, se puede proceder, a nivel local, a tratamientos con infrarrojos y ultrasonidos.

Si existe atonía del tejido (que podría acentuarse con la eliminación de líquidos), introducir tratamientos de radiofrecuencia y electroestimulación.

Autocuidado en casa

Productos que contengan principios activos drenantes, vasotónicos y lipolíticos para utilizar preferentemente a diario. Prestar atención a la nutrición, realizar actividad física (como alternativa, realizar tratamientos específicos de electroestimulación/gimnasia pasiva) e insertar dos ciclos al año de productos de drenaje natural y de apoyo a la microcirculación.

3. IMAGEN DE PIEL DE LEOPARDO - CELULITIS FIBROSA (micronódulos)

Esta imagen suele caracterizarse por numerosas manchas con márgenes bien definidos que indican estasis venosa y la presencia de zonas frías. La suavidad de la piel se ve alterada, el tejido suele comenzar a doler cuando se aprieta y hay una fuerte disminución de la elasticidad y el tono de la piel. La zona puede estar muy compacta o flácida. Esta fase suele ir acompañada de la presencia de adiposidad.

Qué hacer

Recomendar a la clienta los siguientes ciclos de tratamiento, que son fundamentales para evitar la degeneración de la patología y el dolor y las molestias que ello conlleva. De media: ciclos de 12/15 tratamientos mixtos a realizar 2 veces por semana y 3 o 4 veces al año. Realizar al menos de 4 a 6 tratamientos del mismo tipo. Evaluar las mejoras usando placas termográficas. Después de un ciclo de choque como los recomendados anteriormente, continuar con un tratamiento de mantenimiento una vez cada 10/15 días según sea necesario. Esta actitud se basa en la prevención y tiene como objetivo evitar que la situación vuelva a empeorar rápidamente.

En el centro

- Exfoliante: una vez al mes
- Tratamientos de fangoterapia: con productos a base de arcilla, con conocidas propiedades antiinflamatorias, drenantes, desintoxicantes y capaces de hacer más elástica la pared de los vasos sanguíneos, favoreciendo así la circulación, y uso de todos los principios activos antiinflamatorios y analgésicos para reducir la hinchazón y el dolor (incienso y hiedra) y agentes reepitelizantes que estimulan la regeneración de los componentes subcutáneos (centella). Los principios activos reoxigenantes y descongestionantes también ayudan en esta fase.
- Drenaje linfático o masajes mecánicos: con presoterapia o vendas de vacío.
- Masajes manuales o mecánicos del tejido conjuntivo: con vacío solo después de haber recuperado el estado de inflamación, de lo contrario, serían demasiado dolorosos.
- Aplicación de barro fríos: (a base de mentol, eucalipto...) en zonas calientes del cuerpo (parte interna de los muslos) y barro caliente, hiperémico, en las zonas frías y adiposas (parte externa de los muslos, abdomen, glúteos, cartucheras) capaces de restaurar la microcirculación y hacer una especie de gimnasia de los vasos sanguíneos gracias al contraste de estímulos recibidos al mismo tiempo.
- Electrolipólisis: especialmente eficaz en casos de adiposidad localizada y celulitis (PEFE). Se utilizan corrientes de bajo voltaje que, aplicadas en los tejidos gracias a unos electrodos, actúan mejorando notablemente el trofismo de las zonas afectadas por la celulitis y provocan una reducción de las circunferencias. Generalmente, el ciclo de choque inicial incluye unas diez sesiones semanales que duran alrededor de 1 hora. La remodelación corporal que se consigue al final de los tratamientos es satisfactoria. Sin embargo, considera alternarlo con barro y masajes.
- Ultrasonidos: los ultrasonidos son vibraciones con una longitud de onda que el oído humano no puede detectar. Las vibraciones atraviesan los tejidos y ocasionan fenómenos:
 - A) químicos, porque las vibraciones aumentan la permeabilidad de la membrana celular con la consiguiente estimulación de los procesos metabólico-mecánicos, debido al debilitamiento que sufre el ultrasonido al impactar con los tejidos;
 - B) térmicos, porque cuando la vibración atraviesa el tejido, su energía se transforma parcialmente en calor.

Esta máquina es muy utilizada en casos de lipodistrofia localizada, ya que es capaz de romper el tejido fibrótico presente que dificulta la circulación sanguínea y linfática. Los ultrasonidos, desaconsejados en presencia de varices, capilares evidentes o cardiopatías, favorecen la absorción de los principios activos tópicos en la piel, llevan sangre a las zonas tratadas, estimulan la circulación linfática y queman triglicéridos acumulados en las células. Generalmente, son suficientes 8 sesiones, a veces, en los casos más persistentes, se necesitan 12 o 20, pero siempre alternándolas con otros tratamientos.

- Infrarrojos: en combinación con envolturas y masajes.
- Oxigenoterapia: suministra nanomoléculas destinadas a resolver las imperfecciones.

Si, cuando la inflamación y la hinchazón estén visiblemente contrarrestadas y reducidas por los tratamientos mencionados, el panículo adiposo permanece, se puede proceder, a nivel local, a tratamientos con ultrasonidos. En este caso, el mantenimiento, como ya se ha comentado, es fundamental. Se puede continuar con todos los tratamientos que frenan la fase inicial de la celulitis, es decir, el edema.

Autocuidado en casa

Productos que contienen principios activos antiinflamatorios, vasotónicos, lipolíticos para utilizar preferentemente a diario. Prestar atención a la nutrición, realizar actividad física (alternativamente, realizar tratamientos específicos de electroestimulación de gimnasia pasiva) e insertar 4 ciclos al año de productos naturales para drenar y apoyar la microcirculación.

4. IMAGEN CON MANCHAS NEGRAS - CELULITIS ESCLERÓTICA (macronódulos)

En este caso, la situación es muy similar a la anterior, pero las manchas son muy oscuras, negras o marrones, lo que indica la presencia de macronódulos, es decir zonas muy frías. La turgencia de la piel está muy alterada, el tejido es doloroso al simple tacto y hay una fuerte disminución de la elasticidad y el tono de la piel. La zona puede estar muy compacta o flácida. Esta fase suele ir acompañada de la presencia de adiposidad.

En este caso, proceder como con el resultado de celulitis fibrosa, prolongando las sesiones y comenzando en todo caso con tratamientos que contengan principios activos antiinflamatorios, descongestivos y oxigenantes y continuar con productos lipolíticos. De hecho, esta es la fase más avanzada y difícil. Se necesita una buena cooperación de la clienta para iniciar los tratamientos y adoptar hábitos de vida saludables. Explícale a la clienta que tanto los tratamientos como el mantenimiento anual deben ser continuados para evitar encontrarse nuevamente en esta fase.

☞ En las cuatro fases, durante o después de los tratamientos, puede haber una relajación del tejido, debido a la pérdida de peso o de centímetros. En este caso y siempre que hay atonía tisular, están indicados los tratamientos de radiofrecuencia, capaces de estimular una mayor producción de colágeno y elastina y restaurar una mayor elasticidad, turgencia y tono de la piel. Además, gracias al calor endógeno que provoca en el organismo de la persona tratada, la radiofrecuencia crea una ligera hiperemia localizada, un excelente apoyo en casos de mala circulación sanguínea y de presencia de zonas frías. Por tanto, alternar tratamientos con sesiones de radiofrecuencia aporta sin duda importantes beneficios.

CÓMO UTILIZAR LA TERMOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

La celulitis es una condición que afecta a determinadas regiones del cuerpo (muslos, glúteos, etc.) y provoca alteraciones progresivas del sistema microcirculatorio. El proceso de la celulitis tiene una evolución muy lenta. Generalmente, comienza con una dilatación de los capilares (estasis sanguínea) seguida de la filtración de plasma (inundación de tejidos o edema). Con el tiempo, tras la activación de un proceso de defensa natural de las células adiposas, se produce la formación del micronódulos (aglomeración de células adiposas). La fusión de varios micronódulos genera finalmente un macronódulo o nódulo celulítico, generalmente perceptible mediante la palpación y doloroso a la presión.

Estas alteraciones implican variaciones de temperatura: las áreas con estasis sanguínea y edema están más calientes, mientras que los nódulos están más fríos que las áreas circundantes.

Por lo tanto, para evaluar si una región del cuerpo está afectada por la celulitis, es importante tener un método que permita detectar estos cambios de temperatura. Este método es la termografía de contacto con cristal líquido microencapsulado, una técnica fácil y rápida de realizar, repetible e indolora.

Las placas termográficas de cristal microencapsulado (sustancias que tienen la propiedad de cambiar de color con los cambios de temperatura) colocadas sobre la superficie del cuerpo a examinar adoptan diferentes colores y proporcionan un verdadero «mapa térmico» de esa zona. Cada color corresponde a una temperatura diferente, como se muestra en la escala de referencia (fig. 1 y 2)

Aplicando una ligera presión sobre la placa termográfica en la zona a examinar, es posible medir, a través de los colores, las diferentes temperaturas, verificando si hay o no alteraciones en la microcirculación, es decir, señales térmicas típicas de la celulitis. También es posible evaluar cómo de avanzado está el proceso y, en consecuencia, elegir el tratamiento más adecuado para cada situación. La ausencia de celulitis se deduce de una imagen termográfica uniforme (microcirculación regular), es decir, por la ausencia de manchas de color en la placa.

La aparición de varias manchas de diferentes colores (puntos más calientes = estasis sanguínea, puntos fríos = zonas menos irrigadas) indica la presencia de alteraciones microcirculatorias, es decir, de señales térmicas de la celulitis.

1. PREPARACIÓN PARA LA PRUEBA

Antes de cada prueba termográfica es necesario prestar atención a lo siguiente:

- Temperatura ambiente e iluminación: verificar en el termómetro incluido en el kit que la temperatura esté entre 20 y 24 °C. La iluminación de la habitación debe ser lo más abundante y constante posible.
- Relajación: dejar a la clienta estirada y relajada unos 5-10 minutos, con las piernas descubiertas, pidiéndole que no fume para evitar que la vasoconstricción provocada por el tabaco altere el resultado de la prueba.
- Masajes y tratamientos: no masajear ni tratar la zona a examinar en la media hora previa a la prueba. La piel de la zona debe estar limpia y seca. Evitar el uso de cremas u otros productos para que no afecten a la evaluación termográfica.
- Sol y rayos ultravioleta: asegurarse de que la parte a examinar no haya estado expuesta durante mucho tiempo al sol o a los rayos ultravioleta en las últimas 24 (cabinas de bronceado).

2. ELECCIÓN DE LA PLACA

Hay dos tipos placas termográficas con diferente sensibilidad térmica. La elección de la placa es muy importante para el éxito de la prueba termográfica y depende de los siguientes factores:

- Temperatura ambiente

- Temperatura de la zona a examinar
- Condición física y edad de la mujer que se somete al examen.

Para elegir la placa correcta, procede de la siguiente manera:

1. En invierno, con temperaturas cercanas a los 20 °C, en sujetos con piernas frías, utiliza la placa verde RW28S, marcada con el símbolo del hielo.
2. En verano, con temperaturas ambientes superiores a los 22-24 °C, en sujetos con piernas calientes, utiliza la placa amarilla RW31S, marcada con el símbolo del sol.

Coloca la placa sobre la zona seleccionada ejerciendo una ligera presión, mantenla en posición durante unos segundos, hasta que la imagen se estabilice, y comprueba qué colores aparecen.

Se ven los colores principales (verde, violeta, azul): la placa es correcta.

3. INTERPRETACIÓN TERMOGRÁFICA

Lo que determina la presencia de celulitis no son los colores individuales sino la imagen que aparece:

Imagen uniforme = ausencia de celulitis

Imagen con manchas = presencia de segmentos térmicos de celulitis

La imagen que toma forma en la placa indica la presencia de las señales térmicas de la celulitis y permite detectar:

- los primeros signos de celulitis (no detectables por otros medios),
- la fase y el tipo de celulitis,
- las zonas más afectadas.

Comparando la imagen de la placa con las del cartel interpretativo es posible establecer la presencia o ausencia de celulitis y clasificarla en los principales estadios:

Ausencia de celulitis: imagen uniforme (fig. 1). La ausencia de manchas significa que no hay celulitis y esto sucede porque hay una buena circulación sanguínea, sin edemas ni retención de toxinas. No hay zonas frías ni calientes, la temperatura es homogénea. La superficie de la piel es lisa y no se detectan formas nodulares. No hay dolor alguno.

Celulitis edematosa: imagen con manchas difuminadas (fig. 2). Comienzo de celulitis; alteración de la microcirculación con formación de edema. La imagen termográfica presentará manchas de varios colores con bordes difuminados, rodeadas de halos que indicarán la presencia de zonas frías, menos irrigadas por los vasos sanguíneos. La superficie de la piel se percibe áspera al tacto, la flaccidez del tejido aumenta ligeramente y la elasticidad y el tono pueden disminuir.

Celulitis fibrosa (micronódulos): imagen de piel de leopardo (fig. 3). Celulitis moderada; la imagen suele caracterizarse por numerosas manchas con márgenes bien definidos que indican estasis venosa y la presencia de zonas frías. La turgencia de la piel está alterada, el tejido empieza a doler cuando se aprieta, hay una fuerte disminución de la elasticidad y el tono de la piel.

Celulitis esclerótica (macronódulos): imagen con manchas negras (fig. 4). Celulitis avanzada; imagen termográfica con manchas oscuras, negras o marrones, que denotan la presencia de macronódulos, es decir, de zonas muy frías. La turgencia de la piel está muy alterada, el tejido es doloroso al simple tacto y hay una fuerte disminución de la elasticidad y el tono de la piel.

4. REGISTRO DEL ANÁLISIS TERMOGRÁFICO

Para comprobar la evolución de la celulitis durante el tratamiento, es importante registrar los resultados de cada sesión termográfica utilizando las fichas de registro termográfico especiales. Siguiendo la configuración de la ficha, es posible tomar nota de los datos personales de la clienta, el número de examen termográfico (primero, segundo, etc.) y otros datos útiles para los controles y tratamientos posteriores. Sin embargo, lo principal de la ficha es el esquema de registro, en el

que se pueden indicar, con la ayuda de las abreviaturas indicadas en la fig. 1, los resultados encontrados en cada posición:

Uniformidad: ausencia de celulitis	A
Manchas borrosas: celulitis edematosa	E
Piel de leopardo: celulitis fibrosa	F
Manchas negras: celulitis esclerótica	S

(fig. 1)
 EJEMPLO DE COMPILACIÓN
 (fig. 1)

Signos térmicos de celulitis fibrosa (F) y esclerótica (S) en la parte superior externa del muslo derecho. Signos térmicos de edema en la parte central y ausencia de celulitis cerca de la rodilla.

5. ¿CÓMO REALIZAR LA PRUEBA?

- 1) Realizar la prueba antes del tratamiento.
- 2) La temperatura ambiente debe estar entre 20 y 24 °C.
- 3) El ambiente debe estar bien iluminado.
- 4) Dejar a la clienta estirada con las piernas descubiertas durante unos 5 minutos
- 5) Colocar la placa sobre la piel seca para ver los colores.
- 6) Proceder a la interpretación de la imagen termográfica.
- 7) Registrar los resultados de la prueba en las fichas apropiadas.

6. CÓMO LIMPIAR LAS PLACAS

Humedecer un paño suave con agua tibia y limpiar la parte de la placa termográfica que ha estado en contacto con la piel de la clienta, frotando suavemente. Como alternativa, también se pueden limpiar las placas con desinfectantes que no contengan alcohol, ácidos o disolventes.

7. CÓMO ALMACENAR LAS PLACAS

Se recomienda:

1. No exponer las placas a la luz solar ni a los rayos UV.
2. Evitar el contacto con alcohol, ácidos y disolventes.
3. Después de su uso, volver a colocar las placas en el estuche para evitar que se llenen de polvo y se dañen.
4. No tocar la parte brillante de la placa (las huellas dactilares y los restos de grasa son difíciles de eliminar).
5. No doblar nunca la placa y no tocarla con las uñas ni con objetos puntiagudos.

Todas las imágenes mostradas están extraídas del Manual de Usuario del kit profesional de Cell-Meter® para detectar la celulitis.

Título del material o actividad	3. Análisis de vídeo: «El medidor de impedancia, plicometría y placas termográficas»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en analizar vídeos de YouTube sobre los tipos de instrumentos a utilizar para realizar un diagnóstico corporal (medición de la impedancia, plicometría y termografía).</p> <p>Los pasos a seguir en este caso son:</p> <p>Paso 1: ver los vídeos.</p> <p>Paso 2: responder a las preguntas formuladas por el formador o empleador.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ficha de cliente, agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • báscula • cinta métrica corporal para medir la altura y las circunferencias • cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	<p>Vídeos de YouTube:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=8UCV-2lqREM (thermography)</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=EUhRjQ8FoxE (Plicometry)</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=5rVZFJtV4u8 (Plicometry)</p> <p>Métodos de análisis corporal (ver actividad núm. 2)</p> <p>Tratamiento de la celulitis (ver actividad núm. 2)</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	4. Tarea práctica: «Uso de placas termográficas»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad se puede realizar en 2 ambientes: en la escuela o en el salón de belleza. La actividad se desarrolla en 2 etapas: una primera fase requiere que el formador o empleador demuestre el uso de las placas termográficas al alumno; una segunda fase consiste en que el formador o empleador ayude al alumno a realizar el análisis termográfico.</p> <p>Una variante a realizar en la escuela y que puede llevarse a cabo en una etapa posterior consiste en combinar a 2 alumnos uno al lado del otro en fases alternas (el alumno más experimentado realiza el análisis termográfico mientras el menos experimentado le observa y viceversa).</p> <p>Los pasos habituales a seguir en este caso son:</p> <p>Paso 1: observar al entrenador (o estudiante más experimentado).</p> <p>Paso 2: prepararse para el análisis termográfico.</p> <p>Paso 3: realizar el análisis termográfico.</p> <p>Paso 4: recoger y limpiar.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> grupal <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ficha de cliente, ficha termográfica. <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • placas termográficas • cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	<p>Las actividades se desarrollan en 2 horas:</p> <p>1 hora para la fase de observación</p> <p>1 hora para la fase de ejecución</p>
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha del cuerpo (ver actividad núm. 1)</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver actividad núm. 1)</p> <p>Métodos de análisis corporal (ver actividad núm. 2)</p> <p>Tratamiento de la celulitis (ver actividad núm. 2)</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	5. Tarea práctica: «Tratamientos relacionados con la detección termográfica (tratamientos relacionados con la celulitis)»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en realizar un tratamiento básico utilizando fichas de trabajo y control (protocolo para cada tipo de celulitis).</p> <p>Los pasos a seguir en este caso son:</p> <p>Paso 1: cumplimentar la ficha de cliente: ficha corporal termográfica.</p> <p>Paso 2: creación del protocolo de tratamiento más adecuado con base en el análisis que se le ha realizado a la clienta.</p> <p>Paso 3: realizar el tratamiento elegido.</p> <p>Paso 4: planificar el tratamiento con la clienta.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ficha de cliente, ficha termográfica, agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • placas termográficas • báscula • cinta métrica corporal para medir la altura y los centímetros • cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha del cuerpo (ver actividad núm. 1)</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver actividad núm. 1)</p> <p>Ficha termográfica de cliente</p> <p>Tratamiento de la celulitis (ver actividad núm. 2)</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	6. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	La actividad implica un juego de roles con 2 alumnos que representan la gestión de una cliente desde la fase de recepción hasta la de su salida. A cada alumno se le asigna un rol y los alumnos involucrados deberán realizar el juego de roles siguiendo las indicaciones proporcionadas y aprendidas en la guía de comunicación. El formador podrá intervenir ofreciendo cualquier sugerencia que conduzca a un juego de roles más complejo.
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Material necesario: <ul style="list-style-type: none"> • una descripción escrita del juego de roles elegido
Tiempo necesario	15 minutos para cada situación representada
Anexos	Comunicación en el sector del bienestar Procedimiento para el manejo de incidentes inesperados con el cliente
Solución de la actividad	

Comunicación en el sector del bienestar

Comunicación y relación con los clientes

Resumen

1. LOS DISTINTOS TIPOS DE CLIENTES	41
2. LA COMUNICACIÓN TELFÓNICA	43
3. DAR LA BIENVENIDA A LOS CLIENTES	45
4. ASESORAMIENTO	51
5. EL POSTRATAMIENTO	68
6. LA DESPEDIDA	68

1. LOS DISTINTOS TIPOS DE CLIENTES

A menudo, los clientes pueden ofrecer sorpresas, ya que no se puede clasificar a los clientes de acuerdo con un esquema predeterminado y su comportamiento no se puede predecir ni codificar. De hecho, puede que no tengan los mejores hábitos en términos de moralidad y educación o que pertenezcan a rangos tipológicos extremos (pensemos, por ejemplo, en personas violentas o muy exigentes, que se impacientan inmediatamente, o en aquellas que son indecisas, nunca están contestas o son a menudo incluso deshonestas).

¡Tratemos de clasificar a la clientela!

Clientes indecisos

- ✓ Aprensivos
- ✓ Miedosos
- ✓ Comportamiento generalmente caracterizado por la inseguridad.
- ✓ Tendencia a pedir aclaraciones.
- ✓ Dudan mucho al elegir.
- ✓ Necesitan certezas.

Cómo comportarse

- ✓ tener paciencia y mantener la calma
- ✓ evitar realizar gestos de impaciencia
- ✓ expresar el propio punto de vista
- ✓ aconsejar la elección sin insistir
- ✓ evitar las prisas
- ✓ hablar en un tono de voz persuasivo
- ✓ asentir y sonreír
- ✓ usar gestos abiertos pero decididos

Clientes habladores

- ✓ hablan mucho tanto con el personal como con otros clientes, con cualquier persona dentro de su rango de acción
- ✓ tienden a contar hechos personales
- ✓ se quejan
- ✓ dejan de colaborar porque quieren que se les escuche

Cómo comportarse

- ✓ evitar escuchar con demasiada atención
- ✓ no creer todo lo que dicen, muchas veces exageran
- ✓ interrumpir el discurso para traerlos de vuelta al tema y seguir haciendo el trabajo
- ✓ ofrecer retroalimentación no verbal (asentir con la cabeza, sonreír) mientras se evita el contacto visual directo

Clientes nerviosos

- ✓ irracionales
- ✓ tienen una expresión cansada y angustiada
- ✓ se excitan con mucha facilidad
- ✓ impacientes, irascibles
- ✓ con prisas
- ✓ no quieren que se les lleve la contraria

Cómo comportarse

- ✓ operar con extrema paciencia y amabilidad
- ✓ actuar con calma, pero sin exagerar (la lentitud aumenta el estado de irritación)
- ✓ sonreír con frecuencia
- ✓ hablar con claridad y de forma calmada y utilizar un tono de voz «desapegado» y profesional
- ✓ presentar una postura corporal erguida y gestos abiertos
- ✓ evitar actitudes sumisas

Cientes exigentes

- ✓ escrupulosos
- ✓ metódicos
- ✓ les gusta la seguridad
- ✓ extremadamente cautelosos
- ✓ quieren verificar y tener garantías de calidad
- ✓ lentos en la toma de decisiones debido a su peculiaridad

Cómo comportarse

- ✓ evitar ser gracioso (pueden no entender los chistes)
- ✓ describir los servicios o productos en detalle
- ✓ exponer las ventajas y desventajas
- ✓ no juzgar
- ✓ no impacientarse
- ✓ usar gestos pequeños y precisos
- ✓ usar la lengua italiana con cuidado y precisión
- ✓ ir sin prisa

Cientes reservados

- ✓ amables
- ✓ taciturnos
- ✓ a veces, involuntariamente antipáticos
- ✓ tímidos, no muy sociables

Cómo comportarse

- ✓ dedicar mucho tiempo y atención
- ✓ no trabajar con prisas
- ✓ hacer preguntas y pedir opiniones
- ✓ evitar hablar durante mucho tiempo y efusivamente
- ✓ no monopolizar la conversación
- ✓ tratar de realizar una entrevista

Cientes escépticos

- ✓ Tienen un comportamiento indiferente o manifiestamente contrario y reaccionan a los argumentos con una actitud inquisitiva y desconfiada

Cómo comportarse

- ✓ Con el máximo autocontrol, utilizar el profesionalismo e intentar todo lo que se ha indicado

Cientes tacaños

- ✓ No suelen decir que no quieren gastar; en vez de ello, dicen que no tienen tiempo o no creen en la utilidad del servicio (falso escepticismo)

Cómo comportarse

- ✓ Solo hay una respuesta: enumerar los beneficios. Es la única manera de compensar unos costes que siempre son demasiado altos para ellos.

Clientes arrogantes

- ✓ O se sienten por encima del resto de los mortales y lo manifiestan con desapego «aristocrático» o, por el contrario, se dan aires abiertamente.

Cómo comportarse

- ✓ Hay que apoyar su afán de destacar, acentuando al máximo la personalización, todo ello acompañado de una pequeña dosis de adulación.

2. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

La atención al cliente por teléfono se basa en cuatro pilares; son los siguientes:

1. Profesionalismo
2. Rapidez
3. Precisión de la información
4. Preocupación sincera por los clientes

1. Profesionalismo

Los profesionales de la asistencia telefónica son los que primero escuchan al cliente de forma objetiva, sin prejuicios y con amabilidad y cortesía, independientemente de sus dotes de comunicación, sus peticiones y sus quejas.

2. Rapidez

La rapidez no debe ir en detrimento de la calidad. Un cliente presta atención un máximo de 3 o 4 minutos. Pasado ese tiempo, el nivel de concentración disminuye hasta desaparecer por completo. El operador debe, a través de las preguntas apropiadas, comprender rápidamente las necesidades del interlocutor. Posteriormente, tanto en el caso de la reserva de un servicio como de que se haya solicitado resolver un problema, se debe indicar el tiempo necesario para ello, mantener siempre las promesas para reforzar la credibilidad y avisar al cliente en caso de contratiempos o retrasos.

3. Precisión de la información

La precisión y la claridad de la información optimizan el tiempo. El objetivo es comunicarse de manera efectiva para evitar que los clientes vuelvan a llamar para pedir la misma información.

4. Preocupación sincera por los clientes

Por preocupación sincera se entiende la capacidad de mantener el control de las propias emociones, ser paciente, comprender los problemas y estados de ánimo de los clientes, desear verdaderamente servir, ayudar o resolver un problema, así como no culpar a los colegas por errores y malentendidos para evitar asumir responsabilidades. Los clientes reconocen la sinceridad de la disponibilidad positiva por el tono, el ritmo y el volumen de la voz, así como por la elección de las palabras utilizadas.

La voz

La voz refleja una parte de la personalidad incluso para quienes la utilizan como herramienta de trabajo.

El tono de voz

El tono revela la disposición del operador: al cambiarlo en algunas palabras, se le da un significado diferente a la oración pronunciada. Hay que aprender a adaptar el tono de voz a la situación, a las palabras a expresar y al cliente con el que se necesita interactuar para dar más o menos énfasis a una palabra.

- ✓ El tono bajo transmite confianza, tranquilidad y seguridad.
- ✓ El alto estimula la atención.
- ✓ La voz monótona y poco entusiasta sugiere indiferencia.

El ritmo de la voz

Otra característica importante es el ritmo de la voz, es decir, su velocidad de emisión, su frecuencia y la duración de las pausas. Por teléfono, hay que hablar más despacio. Para transmitir confianza es necesario armonizar la velocidad e introducir algunas pausas. Cuando se habla demasiado rápido, se corre el riesgo de tener que repetir el mensaje porque al interlocutor le cuesta seguir el discurso. Por el contrario, un ritmo monótono hace que la comunicación sea aburrida y esté desprovista de elementos vivos e interesantes.

Manejar una conversación por teléfono

La conversación se divide en tres partes:

1. La apertura
2. El cuerpo
3. El cierre

1. La apertura de la conversación

Durante la recepción telefónica es importante transmitir la «primera buena impresión» al cliente. Los primeros segundos son decisivos. Cuando suena el teléfono tienes que contestar con un tono cálido y entusiasta, decir tu nombre y el del centro de belleza y ofrecer tu colaboración.

Ejemplo

«Centro de belleza Mujer Evolución. ¡Buenos días! Soy Mónica. ¿Cómo puedo ayudarla?»

Análisis de las frases:

«Centro de belleza Mujer Evolución» le confirma a la clienta que ha marcado el número correcto;

«Buenos días» es el mensaje de bienvenida que se utiliza para dar la bienvenida a la clienta y transmitirle sentimientos positivos;

«Soy Mónica» sirve para asumir responsabilidad y gestionar de forma positiva la relación;

«¿Cómo puedo ayudarla?» ofrece responsabilidad y demuestra que se está escuchando para resolver una necesidad.

En caso de que la clienta desee hablar con otra persona que no esté disponible, pregúntale si prefiere dejar un mensaje o que le devuelvan la llamada.

A los clientes les encanta que se acuerden de ellos, por lo que les resulta sumamente placentero que los llamen por su nombre, esto establece una relación cordial y personaliza el vínculo.

2. El cuerpo de la conversación

Es la parte central de la conversación, aquella en la que se escucha con empatía, sin interrumpir, las peticiones o problemas que expresa el cliente.

Se pueden hacer preguntas para obtener información detallada y se proponen soluciones o se ofrecen aclaraciones y explicaciones. Para gestionar eficazmente esta fase hasta el final, es necesario haber entendido bien las necesidades o problemas del cliente y proporcionar respuestas que cumplan en la medida de lo posible con las expectativas de la persona que llama.

Ejemplo

«Buenos días Lorena, soy la señora Rossi, querría una cita para el próximo jueves a las 16:00».

«Buenos días, señora Rossi, ¿qué se quiere hacer?».
«Tengo que hacerme un tratamiento facial».
«¿Quién suele atenderla?».
«Emma».

Si no es posible satisfacer las solicitudes de la cliente, debemos disculparnos y ofrecer soluciones alternativas (al menos dos) que reduzcan al máximo las molestias ocasionadas.

Ejemplo

«Sra. Rossi, lo siento mucho, pero el próximo jueves a las 16:00 no es posible, Emma está ocupada con otra cliente. Si quiere, la pueden atender Sara o Elisa, o podemos pasar la cita al día siguiente, a la misma hora, con Emma. ¿Qué prefiere?».

«Prefiero mover la cita al día siguiente. Sara y Elisa lo hacen bien, pero las manos de Emma son insustituibles para mí».

3. El cierre

Corresponde al momento en que finaliza la relación entre el operador y el interlocutor. En esta fase, es fundamental verificar, mediante un rápido resumen de todo lo acordado, que se ha comprendido la información y que se han satisfecho las necesidades del cliente. En ese momento, es bueno saludarlo haciéndole sentir una persona y no un número y ofrecerle y garantizarle disponibilidad para cualquier otra cosa.

Ejemplo

«Muy bien, señora Rossi, le confirmo la cita para hacerse el tratamiento facial con Emma el viernes 23 a las 16:00. La esperamos. Si necesita cualquier otra cosa, no dude en llamarme. Que tenga un buen día». «Tú también, Alessandra».

3. DAR LA BIENVENIDA A LOS CLIENTES

Dar la bienvenida es la acción de «acoger» a una persona. Etimológicamente, significa hospedar. Es un comportamiento que no solo debe mostrar buena educación, sino el placer de recibir, mimar y hacer que los clientes se sientan bienvenidos en casa.

Con la bienvenida comienza la relación entre la esteticista y la cliente. La forma en que se hace refleja la atención, el respeto y el cuidado, o falta de él, que tendrás hacia ella. Es un contacto directo que implica una reducción de las distancias físicas y psíquicas y que tiene como resultado la aceptación o el rechazo de la relación.

La posibilidad de ejercer, en esta fase, cualquier forma de influencia positiva o negativa depende de un conjunto de elementos de comunicación no verbal que preceden a la interacción verbal y determinan la formación de la **primera impresión**.

Por primera impresión entendemos la idea positiva o negativa que tenemos de una determinada persona cuando la conocemos por primera vez. Se forma en los primeros segundos de contacto y está determinada principalmente por la comunicación no verbal estática y la comunicación no verbal dinámica.

1. Comunicación no verbal estática

Está compuesta por factores relacionados con nuestra apariencia estética como la ropa, el maquillaje, el cabello, los accesorios, etc. Se llama estática porque la imagen que elegimos suele ser la misma, al menos durante un tiempo. La imagen es muy importante en un centro de estética; una comunicación no verbal estática negativa no solo asustaría a los clientes en la fase de recepción, sino que también haría perder credibilidad a la operadora como asesora de imagen y bienestar.

Ejemplo

Comunicación no verbal estática de quienes trabajan en un centro de estética

Comunicación negativa	Comunicación positiva
Falta de higiene personal	Higiene y cuidado personal adecuados
Imagen de la persona descuidada, desaliñada o desarreglada	Aspecto cuidadoso, acertado y que da buen ejemplo a los clientes
Rostro con imperfecciones desatendidas	Rostro bien cuidado
Uniformes en mal estado, sucios y viejos	Uniformes limpios, en línea con la filosofía del centro de estética
Rostro cansado y pálido o demasiado maquillado	Rostro sonrosado y saludable, maquillaje adecuado al contexto

La comunicación no verbal estática no solo incluye la imagen del personal del centro de belleza, sino también el entorno y sus funciones estéticas, sensoriales y prácticas.

Ejemplo

Comunicación no verbal estática en el entorno del centro de belleza

Comunicación negativa	Comunicación positiva
Poca limpieza y desorden	Limpieza, aromas, frescura
Muebles viejos o en mal estado	Mobiliario moderno, esencial, funcional
Cama cosmética con restos de cera, dañada o desgastada	Camilla de estética con sábanas limpias, perfumadas e intactas
Toallas gastadas y manchadas	Toallas desinfectadas y de colores vivos
Expositores cubiertos de polvo y productos colocados al azar	Expositores cuidados y productos expuestos de forma atractiva

Un entorno descuidado transmite desinterés, descuido y suciedad y se asocia a confusión, falta de armonía e imprecisión. El orden y la limpieza crean una agradable sensación de bienestar y se relacionan con la eficiencia, la organización y la precisión, factores imprescindibles para quien quiere dar una bienvenida de calidad.

2. Comunicación no verbal dinámica

Está formada por todos aquellos elementos no verbales en continuo movimiento, que pueden cambiar en poco tiempo. Consta de 4 elementos:

Proxémica

Los individuos, al relacionarse, establecen la distancia entre ellos y los demás. Durante la fase de recepción, especialmente si la cliente es nueva, la esteticista debe identificar cuál es su distancia habitual y respetarla. Para saberlo, basta con observar si, al acercarse a ella:

- ✓ extiende la mano con el brazo doblado (distancia corta) o extendido (distancia larga);
- ✓ adelanta el torso (distancia corta) o lo retrae (distancia larga);
- ✓ permanece inmóvil (distancia corta) o retrocede y se aleja (distancia larga).

Comunicación digital

Se refiere al acto de tocarse a uno mismo con las manos y los dedos. Esto siempre ocurre con los esteticistas, ya que hay una motivación práctica, la de cuidar de la salud y la belleza del rostro y el cuerpo. Nuevamente, al igual que con la distancia proxémica, cada persona tiene un nivel diferente de aceptación o rechazo al contacto.

En la fase de recepción, para saber si un cliente está preparado para ello, basta con observar si hace lo siguiente:

- ✓ aprieta el bolso al cuerpo para protegerse;
- ✓ se toca la ropa u otros objetos continuamente;
- ✓ al dar la mano, ofrece solo los dedos o el agarre es muy delicado;
- ✓ se pone rígido cuando se acerca a buscar su abrigo.

El sistema paralingüístico

Es el estudio de las formas de expresión que de alguna manera se asocian a las palabras aunque no sean estrictamente lingüísticas. Por ejemplo, la entonación o inflexión de la voz, los ruidos producidos al carraspear, sonarse la nariz, chasquear los labios, etc., o con las manos o los pies u otras partes del cuerpo (pisotear o arrastrar los pies, frotarse las manos, así como golpear, mover o frotar un objeto). En la fase de acogida, pero también en cualquier otro momento, indican un estado de tensión o malestar:

- ✓ la tos repentina no relacionada con estados gripales;
- ✓ la deglución continua;
- ✓ el acto de aclararse la garganta repetidamente.

La cinésica

Es el estudio de los gestos y la mímica. En la fase de acogida, a medida que nos acercamos a la cliente, observando sus gestos y expresiones faciales, podemos comprender si se siente cómoda o si necesitamos cambiar algo en nuestro comportamiento.

- ✓ Frotarse la nariz con el dedo índice tenso y el acto de limpiar el abrigo o la camisa con la mano, son signos de alivio de tensión, decepción y molestia.
- ✓ El movimiento de la lengua sobre los labios, como para humedecerlos, y dar un beso simbólico, empujando los labios hacia adelante, son signos de satisfacción y placer.
- ✓ Pasarse las manos por el pelo y jugar con el collar son actos icónicos que implican la búsqueda de cariño y atención.

La comunicación no verbal dinámica no solo está presente en la fase de recepción, sino en cualquier otro momento de la estancia de los clientes en el centro, esto se debe a que siempre se comunican con el cuerpo y principalmente por 4 motivos:

- ✓ Los gestos suelen ser más adecuados que las palabras cuando queremos relacionarnos con los demás.
- ✓ Para consolarnos y tranquilizarnos a través del contacto con nosotros mismos (pelo, ropa, etc.).

- ✓ Para descargar y expresar nuestras emociones y reducir el estado de tensión, ya sea positivo o negativo.
- ✓ Como respuesta a un estímulo externo (lo que veo o escucho) o interno (percibo o pienso).

En cualquier caso, ¡las palabras son importantes!

La fase de recepción es la más delicada, la que sienta las bases para una relación positiva. Una recepción efectiva consta de 8 fases:

- ✓ Acércate a la clienta.
- ✓ Sonríe.
- ✓ Si se trata de una nueva clienta, preséntate y ofrécele la mano, si es una clienta habitual, salúdala recordando su nombre.
- ✓ Coge el abrigo.
- ✓ Haz que se siente.
- ✓ Ofrécele un café, un té o una infusión.
- ✓ Dale una revista.
- ✓ Dale información sobre los tiempos de espera.

Ejemplo

Comunicación no verbal estática de quienes trabajan en un centro de estética

Comunicación negativa	Comunicación positiva
Dejar a la clienta de pie, abrigo en mano, desorientada.	La recepcionista va inmediatamente al encuentro de la clienta, la saluda, le quita el abrigo y la invita a sentarse.
El trabajador se acerca demasiado a la clienta invadiendo su espacio personal.	El trabajador mantiene un espacio proxémico adecuado.
La dueña, en la recepción, juega con su teléfono móvil y ni se digna a mirar a la clienta.	La dueña detiene su juego y va hacia la clienta.
Apariencia malhumorada.	Sonrisas

Comunicación verbal

Es la que se construye principalmente con las palabras. En realidad, la comunicación efectiva es mucho más que conocimientos lingüísticos y requiere diferentes habilidades, como la expresividad (usar el cuerpo), la escucha (oírse a uno mismo y a los demás), la observación (percibir lo que sucede mientras se habla), la empatía (ponerse en el lugar de los demás), claridad (lenguaje comprensible). El objetivo principal de la comunicación es lograr que las personas hagan, piensen o digan lo que a nosotros nos gustaría. Parece un objetivo manipulador, pero, si lo pensamos bien, es lo que hacemos todos los días tantas veces como queremos, por ejemplo, en las siguientes situaciones:

- Llevar a un amigo a una fiesta que no le interesa.
- Encontrar una forma para permanecer fuera de casa hasta muy tarde.
- Transmitir nuestras creencias filosóficas, religiosas o políticas.
- Conquistar a un chico o chica.
- Hacer que los clientes confíen en nosotros.
- Vender un servicio o producto.

Para conseguir lo que queremos, podemos utilizar dos modalidades verbales distintas: **convencer** o **persuadir**.

Convencer

Debemos utilizar argumentos lógicos, racionales y demostrables que se deben aceptar como verdaderos. En este caso, la comunicación es principalmente unidireccional (monólogo), resolutive y asertiva. Esta modalidad no tiene en cuenta la fuerza emocional del oyente; puede ocurrir que una persona quede satisfecha pero no convencida, que no acepte realmente las explicaciones.

Persuadir

La persuasión es más delicada; la comunicación es bidireccional (diálogo) y estimula al otro a considerar diferentes perspectivas y a ampliar su punto de vista; en este caso, por ejemplo, se puede conducir a la otra persona a decir lo que queremos haciendo preguntas.

En todo caso, la mejor forma de comunicar, influir, persuadir involucrando, respetar y buscar la diversidad y la comparación siempre es el **diálogo**.

Para comunicarse correctamente y asegurarse de que se comprende toda la información, hay que utilizar alternativamente:

- A. LA TÉCNICA DE LAS PREGUNTAS
- B. LA ESCUCHA
- C. LA REFORMULACIÓN

A. LA TÉCNICA DE LAS PREGUNTAS

Es una metodología que permite conocer y comprender las necesidades de los clientes y que los involucra, les aclara, profundiza y saca a relucir sus expectativas y dudas. Las preguntas dirigidas a mantener un diálogo con el interlocutor se dividen principalmente en tres categorías:

- ✓ Preguntas abiertas
- ✓ Preguntas cerradas
- ✓ Preguntas con alternativas

Preguntas abiertas

Su objetivo es comprender la situación y las necesidades de un cliente y dejar que este responda libre y espontáneamente. Se introducen con los siguientes términos:

- ✓ **C**ómo
- ✓ **P**or qué
- ✓ **C**uándo
- ✓ **Q**uién
- ✓ **Q**ué
- ✓ **D**ónde
- ✓ **C**uáles

Es mejor no hacer preguntas a las personas que tienen un lenguaje disperso o ideas muy confusas y que tienden a hablar demasiado.

Ejemplos

- ✓ ¿Qué le pareció la crema antiedad que le hice probar?
- ✓ ¿Qué le pareció el masaje de tejido conectivo que le hice probar?
- ✓ ¿Por qué quiere cambiar su mascarilla?
- ✓ ¿Por qué quiere realizarse tratamientos corporales?
- ✓ ¿Cuándo fue la última vez que se hizo el tratamiento facial?
- ✓ ¿Cuándo fue la última vez que le realizaron un diagnóstico corporal?

- ✓ ¿Quién le recomendó nuestro centro de belleza?
- ✓ ¿Qué pasó con su piel?
- ✓ ¿Dónde ha comprado este tónico?
- ✓ ¿Qué tratamiento se hizo?

Preguntas cerradas

Prevén una conversación reducida debido a la forma en que se formulan; solo pueden recibir una respuesta afirmativa (sí) o negativa (no). Es mejor medir el tono de voz en su formulación: si es demasiado apremiante, pueden parecer un interrogatorio.

Lo mejor es evitar hacérselas a personas tímidas e introvertidas.

Ejemplos

- ✓ ¿Conoce este producto?
- ✓ ¿Conoce el medidor de impedancia o la termografía?
- ✓ ¿Conoce este masaje?
- ✓ ¿Le doy una cita para las 4 de la tarde?
- ✓ ¿Tiene necesidades especiales?

Preguntas con alternativas

Son preguntas que plantean la elección entre dos o tres alternativas opuestas. Evitan explicaciones innecesarias, simplifican y reducen las aclaraciones. Pueden confundirse con las preguntas cerradas, pero no lo son y, si se formulan bien, orientan al cliente hacia la respuesta más adecuada.

Ejemplos

- ✓ ¿Prefiere un masaje manual o mecánico?
- ✓ ¿Ya se ha hecho antes un tratamiento con AHA o es su primera vez?
- ✓ ¿Ya se has hecho antes un diagnóstico corporal con impedancia o termografía o es su primera vez?
- ✓ ¿Ya se ha hecho antes un masaje del tejido conjuntivo o es su primera vez?
- ✓ ¿Le gustaría recibir un masaje facial tradicional o uno con efecto lifting?

B. LA ESCUCHA

Escuchar es un requisito primordial para una comunicación eficaz y es imprescindible si queremos que una estrategia de persuasión logre su objetivo. Escuchar supone la voluntad explícita de la esteticista de estar receptiva y disponible, de comprender verdaderamente lo que la clienta está diciendo; es el arte de recopilar información del hablante.

Ser receptivo significa:

- ✓ Escuchar atentamente
- ✓ Percibir e interpretar el significado de los mensajes no verbales expresados con la mirada, el tono de voz y las expresiones faciales.

Ser servicial significa no interrumpir al interlocutor y no sacar conclusiones precipitadas. Escuchar gira en torno a preguntas similares a las siguientes:

- ✓ ¿Qué quiere decir realmente la persona que está hablando?
- ✓ ¿Cómo se siente por dentro? ¿Qué sentimientos y emociones está experimentando?
- ✓ ¿Entenderé realmente lo que me quiere decir?

La capacidad de escuchar se puede dividir en tres niveles, que no son independientes y que pueden superponerse o alternarse dependiendo de la situación. Son los siguientes:

- ✓ Escucha intermitente
- ✓ Escucha selectiva
- ✓ Escucha empática

Escucha intermitente

Ocurre cuando el oyente solo escucha parcialmente la conversación. Es una modalidad que te permite entender la comunicación de forma superficial y no captar los significados más profundos de lo que se dice.

Escucha selectiva

Ocurre cuando prestas atención y te concentras en las palabras del interlocutor y te centras en ellas comparándolas con tus propias experiencias. En este caso, se puede perder la objetividad interpretativa, ya que, si la experiencia narrada por el hablante se desvía o se acerca demasiado a los puntos de vista propios, la reacción conductual puede no ser la más adecuada.

Escucha empática

Es la capacidad de comprender, sentir y compartir los pensamientos y emociones de otra persona en una situación determinada. La escucha empática no implica sólo prestar atención a la parte auditiva y tener una actitud participativa, sino también tener en cuenta los elementos no verbales que ayudan a mantener el contacto constante con el interlocutor.

Hay que prestar especial atención a lo siguiente:

- ✓ Tono/volumen de la voz
- ✓ Gestos y postura
- ✓ Mirada y movimientos oculares

- ✓ Expresión facial
- ✓ Pausas
- ✓ Proxémica

C. LA REFORMULACIÓN

Es una modalidad ligada a la escucha que tiene como objetivo la retroalimentación. El oyente hace un resumen de las respuestas obtenidas sin cambiar ni añadir nada extra. Si la respuesta es positiva, es decir, el interlocutor está de acuerdo con lo dicho, significa que la comprensión es buena. Si no, habrá que hacer nuevas preguntas para entender mejor a los clientes.

La reformulación es indispensable en un diálogo por las razones siguientes:

- ✓ Da al oyente la certeza de haber entendido bien las palabras del interlocutor.
- ✓ Da al hablante la certeza de que ha hablado correctamente.
- ✓ Se reducen los errores de interpretación por ambas partes.

Puede comenzar con una de las siguientes frases:

- ✓ «Corríjame si me equivoco, me acaba de decir que...»
- ✓ «Si lo he entiendo bien, usted cree que...»
- ✓ «Déjeme hacerle un resumen de lo que acabamos de decir...»

Las preguntas, la escucha y la reformulación son útiles cada vez que se realiza un asesoramiento porque facilitan la comprensión e involucran activamente al cliente en un diálogo, concretamente persuasivo.

4. ASESORAMIENTO

El objetivo de un asesoramiento es entender tan bien al cliente que esto te permita ofrecerle algo que no pueda encontrar en ningún otro lado.

El asesoramiento es un servicio profesional por parte de un asesor, que es una persona con capacidades técnicas comprobadas a quien se acude para obtener consejo o información sobre un tema que conoce y sobre el que tiene experiencia. Como especialista, debe conocer las respuestas que otros ignoran y proponer soluciones adecuadas para evitar que los clientes se equivoquen o tomen malas decisiones.

Una esteticista es también asesora de imagen, porque aconseja e informa sobre los temas de su competencia, es decir, el cuerpo y el rostro, pero, además, se ocupa directamente de la prestación del servicio, asumiendo también la responsabilidad de los resultados. La utilidad de un asesoramiento depende de lo que el cliente quiere y, al mismo tiempo, de lo que el profesional de la estética aconseja éticamente, incluso diciendo que no cuando las solicitudes de tratamiento no son correctas desde el punto de vista de la estética.

No se hace un asesoramiento para vender un servicio o un producto, sino para entender, implicar, informar y despertar el interés. Cuando se consigue todo eso, será la propia clienta quien preguntará, querrá y buscará a su mejor asesor de imagen.

Consejos estéticos sobre la piel

Además de ser fisiológica y estéticamente importante, también tienen una función psicológica porque es una manera directa de comunicar emociones. Cuando tienes miedo palidece y pierde color y se pone roja cuando sientes vergüenza; no es casualidad que el acné aparezca en la adolescencia durante los cambios hormonales, fisiológicos y perceptivos, así como que algunas enfermedades debidas al estrés o psicósomáticas tengan consecuencias dermatológicas definidas.

Las figuras profesionales que se encargan del cuidado de la piel son los dermatólogos y los esteticistas. Los primeros son médicos especialistas que se ocupan de las enfermedades de la piel, mientras que los esteticistas puede ofrecer tratamientos cosméticos y servicios no médicos destinados a cambiar, mantener y mejorar el aspecto estético y la belleza de la piel. Los profesionales de la estética pueden jugar un papel muy importante en la **educación y la prevención**.

El primer paso es informar correctamente al cliente tanto de la situación actual como de posibles intervenciones correctoras y de mejora. Esto se puede hacer a través de un asesoramiento personalizado, que requiere las siguientes **habilidades y destrezas**:

- ✓ Conocimientos de anatomía y de las propiedades y defectos de la piel, concretamente:
 - ✓ Los tipos de piel (normal, seca, grasa, sensible, envejecida)
 - ✓ Sus posibles problemas (deshidratación, oleosidad, sensibilidad, decoloración, envejecimiento).
- ✓ Capacidades manuales adecuadas.
- ✓ Conocimiento de los productos y de la forma más efectiva de utilizarlos.
- ✓ El uso correcto de los diferentes equipos.
- ✓ Buenas habilidades comunicativas.

Las razones más frecuentes de un **asesoramiento ineficaz** son:

- ✓ Carencias en alguno de los puntos mencionados anteriormente.
- ✓ Asumir que los clientes son conscientes de sus problemas.
- ✓ Asumir que entiendes correctamente la información que se te ha proporcionado.
- ✓ Escuchar superficialmente las respuestas creyendo que ya has entendido los problemas y las necesidades desde el principio.
- ✓ Caer en hábitos y dar poca información y superficial.
- ✓ No concentrarse.
- ✓ Decidir de antemano la mejor solución para un cliente.

Las herramientas necesarias para un **asesoramiento estético eficaz** son:

- ✓ Los test de la piel del rostro son herramientas que permiten observar concretamente algunas partículas de la piel, medir sus parámetros y observar sus imperfecciones; son capaces de medir los niveles de hidratación, sensibilidad y decoloración, la cantidad del sebo y la profundidad de las arrugas.
- ✓ Fichas personales y de asesoramiento, si es posible, digitales (análisis visual y táctil).

Estos métodos inmediatamente transmiten al cliente la idea de profesionalidad y la sensación de que el asesoramiento es un procedimiento habitual del centro de estética y no una iniciativa esporádica destinada únicamente a la venta de un servicio.

Ejemplo: un asesoramiento para mejorar un problema de piel envejecida

Las fases del asesoramiento son:

1. Recopilación de datos
2. Preguntas
3. Reformulación
4. Diagnóstico
5. Propuesta
6. Cierre

1. Recolección de datos

Cualquier buena consulta siempre comienza rellenando (en caso de un nuevo cliente) o examinando y actualizando (en el caso de un cliente fiel) una ficha personal y de consulta que resuma toda la información importante.

Primero, tras autorizar al esteticista el procesamiento de datos personales, el cliente puede completar el formulario de forma independiente con sus datos personales (nombre, apellidos, fecha de nacimiento, dirección, número de teléfono, dirección de correo electrónico, profesión).

Todos los demás aspectos, para evitar que se transcriban incorrectamente, los debe introducir el esteticista durante la fase de preguntas, que se centrará en lo siguiente:

- ✓ Los diferentes problemas
- ✓ Las necesidades
- ✓ Si tiene alergias causadas por alguna sustancia
- ✓ Qué productos utiliza habitualmente
- ✓ Qué soluciones se le han recomendado hasta ahora
- ✓ Todos los tratamientos que ha realizado regularmente en el pasado y los que se le recomendarán en el futuro

La recopilación de datos no es solo importante para conocer mejor al cliente, sino también para lo que se enumera a continuación:

- ✓ Crear un punto de referencia para todo el equipo.
- ✓ Servir como recordatorio de los clientes no regulares.
- ✓ Transmitir la idea de profesionalidad y atención.

Durante la espera, antes de iniciar el diálogo entre el esteticista y el cliente, para facilitar el proceso de colaboración e implicación, se pueden entregar folletos sobre las diferencias entre una piel sana y otra en condiciones problemáticas.

Los clientes deben sentirse tranquilos y dispuestos a revelar los problemas de su piel y a hablar sobre ellos, así como de sus necesidades y deseos estéticos.

2. Preguntas

Para entender cómo proceder de la manera más efectiva, es conveniente hacer preguntas abiertas y alternativas sobre los siguientes temas:

- ✓ Preguntas de apertura sobre el estado de salud y el estilo de vida (a formular al nuevo cliente).
- ✓ Las necesidades y problemas relacionados con la piel del rostro.
- ✓ Productos utilizados o tratamientos realizados en el pasado.
- ✓ Deseos.

Ejemplos

Preguntas de apertura a una nueva cliente:

- ¿Alguna vez ha tenido problemas de alergia o molestias generales en la piel?
- ¿Cuánta agua bebe al día?
- ¿Cómo es su alimentación?
- ¿Fuma?
- ¿Qué tratamientos suele utilizar para su piel?
- ¿Cómo se expone a la luz natural/artificial?

Preguntas sobre las necesidades y problemas:

- ¿Qué aspecto tiene su piel y cómo la siente?
- ¿Qué es lo que le gusta y lo que no le gusta de la piel de su rostro?
- ¿Siempre ha tenido esas arrugas marcadas o son recientes? (en caso de que la cliente haya revelado abiertamente su problema)
- ¿Qué zonas le preocupan más con respecto al envejecimiento?

Preguntas sobre los deseos:

- ¿Qué le gustaría mejorar en su rostro o piel?
- ¿Qué expectativas tiene?
- ¿Qué resultados le gustaría conseguir?
- Si tuviera que elegir entre dos opciones, ¿preferiría mejorar primero la hidratación del rostro o el tono?
- ¿Qué le gustaría ver y oír de otra forma?
- Descríbame lo que sería para usted la piel ideal

3. Reformulación

Ya se ha descrito anteriormente.

4. Diagnóstico

Para los esteticistas, el diagnóstico es la identificación y valoración de un problema estético en el rostro (siempre dentro del ámbito de su competencia, sin entrar en el ámbito médico) y es imprescindible para proponer la solución más adecuada para cada cliente.

Es una fase en la que la comunicación es unidireccional: el esteticista habla y la cliente escucha. El contenido es puramente técnico.

Por eso, y para evitar que la cliente se distraiga, hay que utilizar un lenguaje:

- ✓ Claro
- ✓ Lógico
- ✓ Simple
- ✓ Resumido
- ✓ Adecuado para el interlocutor

El siguiente ejemplo muestra un diagnóstico de piel envejecida:

- ¿Qué es la piel envejecida?
- Explicar el problema a la cliente.

Es una piel a la que le falta hidratación y que está marcada por el cronoenvejecimiento y el fotoenvejecimiento.

- ¿Qué apariencia tiene?
- Describe lo que ves.

Es más delgada y sensible, tiende a estar deshidratada, con un contorno ovalado hundido, y está marcada por arrugas de diferentes tamaños y por diversos cambios de color.

Síntomas

A continuación, se enumeran los síntomas que la clienta podría percibir como sensaciones en la piel:

- ✓ La piel puede ser más sensible y por lo tanto más propensa al enrojecimiento, con una desagradable sensación de escozor, calor e irritación.
- ✓ Piel «tirante» por la pérdida de agua.
- ✓ Sensación de hinchazón en el área de los ojos (bolsas).

Causas

A continuación, se enumeran las razones que pueden haber causado el problema. Las causas pueden ser:

- ✓ Envejecimiento fisiológico
- ✓ Fotoenvejecimiento
- ✓ Falta de agua
- ✓ Falta de prevención
- ✓ Estilo de vida

Consecuencias

Predicir los efectos negativos que podrían producirse en caso de descuidar el problema.

Si la piel no se trata adecuadamente, la situación puede empeorar de las formas siguientes:

- ✓ Avance de los síntomas
- ✓ Acentuación de las arrugas
- ✓ Alteración de la barrera epidérmica con aparición de alteraciones cutáneas

5. Propuesta

La propuesta es la mejor solución al problema. La clienta puede elegir entre tres posibilidades:

- ✓ Tratamiento en el centro de estética
- ✓ Productos de cuidado personal para usar en casa
- ✓ Tratamiento en el centro de estética y mantenimiento en casa con productos de reventa

Es evidente que la tercera propuesta permite obtener los resultados más rápidos y constantes en el tiempo, pero no siempre es factible por las siguientes razones:

- ✓ La clienta solo visita el centro de vez en cuando
- ✓ No puede permitirse los gastos
- ✓ No tiene tiempo de venir todas las semanas

Ejemplo de propuesta/solución para mejorar la piel envejecida

Objetivos de tratamiento

Los objetivos permiten que la clienta visualice con antelación parte de los resultados que podrá lograr al final del tratamiento o después de utilizar lo recomendado por la esteticista.

El argumento debe estimular el deseo de encontrar inmediatamente una solución que, en todo caso, debe lograr al menos uno de los siguientes propósitos:

- ✓ Resolver el problema
- ✓ Mitigar el problema

Los objetivos pueden ser uno o dos, pero nunca más de tres, de lo contrario, crean confusión.

Ejemplo:

Sra. Bianchi, para mejorar su problema con las arrugas, debemos lograr dos objetivos:

- Hidratar y nutrir la piel
- Contrarrestar los radicales libres

Propuesta de productos y servicios

En este punto, se puede proponer una solución profesional citando el nombre del/de los producto(s) (en caso del cuidado personal para uso en el hogar) o explicando los pasos, siempre de forma concisa, los productos y las fases de las acciones de mejora cosmética o curativas (en caso de tratamientos en el centro de estética).

«La mejor solución implica el uso de dos productos con acciones diferentes:

- 1) un sérum antiarrugas a base de AHA
- 2) una crema antioxidante que revitaliza y protege la piel»

«El mejor tratamiento a realizar en el centro consta de 4 fases principales, cada una con una acción diferente:

- 1) una limpieza profunda regeneradora y exfoliante a base de AHA
- 2) una ampolla de liposomas con vitaminas A y E
- 3) una ampolla con complejos hidratantes, nutritivos y tonificantes
- 4) una mascarilla de ácido hialurónico con un acabado sinérgico de aceites que protegen la piel de los agentes externos».

Componentes principales

Solo se enumeran los más importantes, conocidos y buscados, porque son los que se anuncian y se consideran innovadores. Demasiadas nociones técnicas aburren, los clientes siempre son libres de hacer más preguntas si lo consideran oportuno.

Los principales componentes de estos productos/tratamientos son dos: el ácido hialurónico y el AHA.

El primero es un constituyente natural y esencial del tejido conjuntivo y es responsable de la hidratación y el segundo es siempre de origen natural porque procede de ácidos de frutas.

Resultados

Los resultados no pueden ser más de tres y deben ser concretos y reales.

Sra. Bianchi, los resultados que podrá conseguir, además de las metas que nos hemos propuesto, son:

- Un aumento de las defensas naturales frente a los agentes externos
- Una piel más joven y luminosa
- Oxigenación de la piel

Al final, es necesario informar sobre el tiempo necesario para conseguir los resultados (duración del tratamiento en el centro de estética o del uso de los productos en casa) y sobre el coste total del tratamiento o los productos.

6. Cierre

Un asesoramiento llevado a cabo de la manera correcta, a través del diálogo y acordando todos los puntos, conduce a la venta de un tratamiento o producto.

Si la clienta se resiste mucho, significa que, en las fases anteriores, no se ha estado atento a las muestras de desconfianza y duda que ha mostrado o lo que se ha dicho no era lo suficientemente atractivo o persuasivo.

El cierre es la fase en la que hay que asegurarse de que se ha entendido la propuesta y, en consecuencia, de que los clientes dan su consentimiento para proceder. Esta aprobación solo puede darse si se hacen las preguntas correctas, como:

- ✓ ¿Qué le parece mi propuesta?
- ✓ ¿Necesita más información?

Ante la indecisión, nunca hay que ser insistente; algunos clientes necesitan reflexionar y, muchas veces, en su siguiente visita deciden espontáneamente comprar o someterse al tratamiento, sin que el esteticista tenga que proponérselo de nuevo. En este caso, siempre hay que recordar dar material informativo sobre los consejos ofrecidos.

Consejos estéticos sobre celulitis

Además de ser fisiológica y estéticamente importante, también tienen una función psicológica porque es una manera directa de comunicar emociones. Cuando tienes miedo palidece y pierde color y se pone roja cuando sientes vergüenza; no es casualidad que el acné aparezca en la adolescencia durante los cambios hormonales, fisiológicos y perceptivos, así como que algunas enfermedades debidas al estrés o psicósomáticas tengan consecuencias dermatológicas definidas.

Las figuras profesionales que se encargan del cuidado de la piel son los dermatólogos y los esteticistas. Los primeros son médicos especialistas que se ocupan de las enfermedades de la piel, mientras que los esteticistas puede ofrecer tratamientos cosméticos y servicios no médicos destinados a cambiar, mantener y mejorar el aspecto estético y la belleza de la piel. Los profesionales de la estética pueden jugar un papel muy importante en la educación y la prevención.

El primer paso es informar correctamente al cliente tanto de la situación actual como de las posibles intervenciones correctoras y de mejora. Esto se puede hacer con un asesoramiento personalizado, que requiere las siguientes habilidades y destrezas:

- Conocimiento sobre anatomía y las propiedades y defectos de la piel, en particular, sobre los tipos de celulitis (paniculopatía edemato-fibro esclerótica) y sus posibles situaciones (primera fase, segunda fase, tercera fase, cuarta fase).
- Capacidades manuales adecuadas.
- Conocimiento de los productos y de la forma más efectiva de utilizarlos.
- El uso correcto de los diferentes equipos.
- Buenas habilidades comunicativas.

Las razones más frecuentes de un asesoramiento ineficaz son:

- Carencias en alguno de los puntos mencionados anteriormente.
- Asumir que los clientes son conscientes de sus problemas.
- Asumir que entiendes correctamente la información que se te ha proporcionado.
- Escuchar superficialmente las respuestas creyendo que ya has entendido los problemas y las necesidades desde el principio.
- Caer en hábitos y dar poca información y superficial.
- No concentrarse.
- Decidir de antemano la mejor solución para un cliente.

Las herramientas necesarias para un asesoramiento estético eficaz son:

Medidor de impedancia: una herramienta profesional no invasiva que permite un análisis muy fiable de la grasa corporal, la masa magra y otros fluidos corporales en pocos minutos.

Termografía: la termografía de contacto se basa en el uso de placas de cristal líquido microencapsulado que tienen la propiedad de cambiar de color con los cambios de temperatura. Colocando estas placas en el cuerpo, es posible detectar la temperatura de la piel (que refleja lo que sucede en los tejidos subyacentes) y así resaltar, a través de los colores de la imagen, la presencia o ausencia de los signos típicos de la celulitis y el tipo de adiposidad en diferentes partes del cuerpo.

Plicometría: es una técnica para determinar la cantidad de grasa corporal que se realiza usando un instrumento que mide los pliegues cutáneos en zonas específicas del cuerpo.

Fichas personales y de asesoramiento, si es posible, digitales (análisis visual y táctil).

Estos métodos transmiten al cliente la idea de profesionalidad inmediatamente y la sensación de que el asesoramiento es un procedimiento habitual del centro de estética y no una iniciativa esporádica destinada únicamente a la venta de un servicio.

Ejemplo de una consulta para mejorar un problema de celulitis

Las fases del asesoramiento son:

1. Recopilación de datos
2. Las preguntas
3. La reformulación
4. El diagnóstico
5. La propuesta
6. El cierre

1. Recopilación de datos

Cualquier buen asesoramiento comienza siempre con la elaboración (en el caso de un nuevo cliente) o el examen y actualización (en el caso de un cliente fiel) de una ficha personal y de consulta en la que se resume toda la información importante.

Primero, tras autorizar al esteticista el procesamiento de datos personales, el cliente puede completar el formulario de forma independiente con sus datos personales (nombre, apellidos, fecha de nacimiento, dirección, número de teléfono, dirección de correo electrónico, profesión).

El resto de información, para evitar que se transcriba incorrectamente, la debe introducir el esteticista durante la fase de preguntas, que se centrará en lo siguiente:

- Los diversos problemas
- Las necesidades
- Si tiene alergias causadas por alguna sustancia
- Qué productos utiliza habitualmente
- Qué soluciones se le han recomendado hasta ahora
- Todos los tratamientos que ha realizado regularmente en el pasado y los que se le recomendarán en el futuro

La recopilación de datos es importante no solo para conocer mejor al cliente, sino también para:

- Crear un punto de referencia para todo el equipo.
- Servir como recordatorio de los clientes no regulares.
- Transmitir la idea de profesionalidad y atención.

Durante la espera, antes de iniciar el diálogo entre el esteticista y el cliente, para facilitar el proceso de colaboración e implicación, se pueden entregar folletos sobre las diferencias entre un tejido sano y otro en condiciones problemáticas.

Los clientes deben sentirse tranquilos y dispuestos a revelar los problemas de su piel y a hablar sobre ellos, así como de sus necesidades y deseos estéticos.

2. Las preguntas

Para entender cómo proceder de la manera más efectiva, es conveniente hacer preguntas abiertas y alternativas sobre los siguientes temas:

- Preguntas de apertura sobre el estado de salud y el estilo de vida (a formular a clientes nuevos).
- Necesidades y problemas relacionados con el cuerpo.
- Productos utilizados o tratamientos realizados en el pasado.
- Deseos.

EJEMPLOS

Preguntas de apertura a una nueva clienta:

- ¿Alguna vez ha tenido problemas de alergias o molestias generales en la piel?
- ¿Cuánta agua bebe al día?
- ¿Cómo es su alimentación?
- ¿Fuma?
- ¿Qué tratamientos suele utilizar para el cuerpo?
- ¿Alguna vez ha usado productos profesionales para el cuidado del cuerpo?
- Preguntas sobre las necesidades y problemas:
- ¿Qué aspecto tienen los tejidos de su cuerpo y cómo los siente?
- ¿Qué le gusta y qué no le gusta de su cuerpo?
- ¿Desde cuándo tiene esa turgencia e hinchazón en los miembros inferiores? (en caso de que la clienta haya revelado claramente su problema)
- ¿Qué zonas le preocupan más con respecto a la celulitis?

Preguntas sobre los deseos:

- ¿Qué parte de su cuerpo le gustaría mejorar?
- ¿Qué expectativas tiene?
- ¿Qué resultados le gustaría conseguir?
- Si tuviera que elegir entre dos posibilidades, ¿preferiría mejorar primero la hinchazón de los miembros inferiores o adelgazar las bolsas de grasa?
- ¿Qué le gustaría ver y oír de otra forma?
- Descríbame lo que sería para usted el cuerpo ideal.

3. La reformulación

Ya se ha descrito anteriormente.

4. El diagnóstico

Para los esteticistas, el diagnóstico es la identificación y valoración de un problema estético en el cuerpo (siempre dentro del ámbito de su competencia, sin entrar en el ámbito médico) y es imprescindible para proponer la solución más adecuada para cada cliente.

Es una fase en la que la comunicación es unidireccional: el esteticista habla y el cliente escucha. El contenido es puramente técnico. Por eso, y para evitar que la clienta se distraiga, hay que utilizar un lenguaje:

- Claro
- Lógico
- Simple

- Resumido
- Adecuado para el interlocutor

Diagnóstico corporal con celulitis

Explicar a la clienta en qué consiste y cuál es el problema. La celulitis está causada por la degeneración de la microcirculación del tejido adiposo con la consiguiente alteración de sus funciones metabólicas más importantes.

Describe lo que ves. A continuación, se enumeran los síntomas y se especifican aquellos que la clienta podría percibir como sensaciones en la piel:

Estadio 1

Es una etapa reversible y se caracteriza por edema y una alteración inicial de la circulación sanguínea. Los vasos tienen una permeabilidad anormal de la pared y esto provoca exudación, estancamiento y acumulación de plasma en los espacios intersticiales. La piel se vuelve más blanda y menos elástica.

Estadio 2

Aumentan los fenómenos que caracterizan al primero estadio. El resultado final es que las fibrillas reticulares presentes alrededor de los adipocitos aumentan en número y grosor, empeorando así el estado de la microcirculación y su relación con los adipocitos; además, hay una pérdida de elasticidad y suavidad de la piel. Disminuyen los intercambios y también se produce un estancamiento de toxinas, por lo que la piel tiene un aspecto pálido, hipotérmico, más viscoso y comienzan a aparecer parestesias, es decir, alteraciones en la sensibilidad de la piel.

Fase 3

Se forman micronódulos, es decir, estructuras redondeadas muy pequeñas encapsuladas por fibrillas de colágeno. Los nódulos y las fibras de colágeno forman una red que, al encerrar la microcirculación y los adipocitos, dificulta los intercambios metabólicos. Comienza así una esclerosis del tejido conjuntivo de la dermis, una hiperqueratosis de la zona afectada y una consecuente mala oxigenación. La piel tiene el característico aspecto de piel de naranja y también hay algo de dolor al palpar.

Estadio 4

Los micronódulos se han multiplicado para formar macronódulos, fácilmente apreciables a la palpación, móviles, dolorosos a la presión y que causan levantamientos del pliegue cutáneo. Esta etapa evoluciona hacia la fibrosis, que es un proceso irreversible caracterizado por una esclerosis final en la que las fibrillas de colágeno forman una textura cada vez más densa y se adhieren, en profundidad, a las bandas musculares. El aspecto de la piel, piel de naranja o de colchón, se vuelve muy marcado, la piel es bastante pálida y manifiesta hipotermia local. Aparecen estrías, sensaciones dolorosas espontáneas y, al palpar, se detectan fácilmente nódulos tanto únicos como conglomerados, casi siempre dolorosos.

Diferencias entre la **adiposidad localizada** y la **celulitis**:

Es importante definir las características que diferencian la adiposidad localizada, que es un fenómeno normal, de la celulitis o paniculopatía edemato-fibro esclerótica (PEFE). Son las siguientes:

Aspecto de la superficie de la piel

En la adiposidad localizada, la piel es lisa, homogénea, de color normal, sin asperezas y no tiene líneas blanquecinas o blanco-amarillentas. La secreción sebácea suele ser normal. La superficie de la piel, en el caso de la celulitis, PEFE en los estadios uno y dos, tiene un aspecto perfectamente normal, idéntico al de la adiposidad localizada. En los estadios tres y cuatro, la superficie de la piel se vuelve irregular, con introflexiones, retracciones en forma de cráter con fondo irregular y finas líneas blanquecinas o amarillo-blanquecinas. La epidermis puede estar en ocasiones seca o aceitosa y se vuelve más delgada en el estadio cuatro.

Sensación a la palpación

Al palpar, la zona con adiposidad localizada no duele, tiene una blandura normal y la elasticidad adecuada; además, no se aprecian placas, edemas, asperezas o macronódulos al tacto. La palpación de una zona afectada por celulitis (PEFE) provoca dolor desde el tercer estadio y este se vuelve más intenso en el cuarto. La pastosidad de la piel aumenta ligeramente en los estadios uno y dos, hasta el punto que la huella dactilar puede permanecer después de la acupresión, mientras que disminuye en el tres y el cuatro. La elasticidad disminuye en todos los estadios y se siente la presencia de placas, al inicio del tercer estadio, ejerciendo una ligera presión con la yema del dedo. En el primer y segundo estadios no hay edema, sino que este aparece en la periferia de las placas de celulitis al comienzo del tercer estadio y luego desaparece en el cuarto. En el tercer estadio comienza a aparecer cierta irregularidad cutánea con la formación de micronódulos apreciables que rozan la superficie de la piel. En la cuarta etapa se aprecian los macronódulos, formados por la confluencia y encapsulación de varios micronódulos contiguos. Los nódulos de mayor tamaño, apreciables tanto a la palpación profunda como a la plicatura del tejido, varían en tamaño hasta el tamaño de un guisante.

Causas

A continuación, se enumeran las razones que pueden haber causado el problema. Las causas pueden ser:

- genéticas
- constitucionales
- hormonales
- vasculares
- estilo de vida sedentario
- estrés
- enfermedades hepáticas
- mala alimentación
- trastornos gastrointestinales
- patologías caracterizadas por una marcada retención de líquidos

Consecuencias

Predecir los efectos negativos que podrían producirse en caso de descuidar el problema. Si la piel no se trata adecuadamente, la situación empeorará y se agravarán los síntomas.

5. La propuesta

La propuesta es la mejor solución al problema. La clienta puede elegir entre tres posibilidades:

- Tratamiento en el centro de estética
- Productos de cuidado personal para usar en casa
- Tratamiento en el centro de estética y mantenimiento en casa con productos de reventa

Es evidente que la tercera propuesta permite obtener los resultados más rápidos y constantes en el tiempo, pero no siempre es factible por las siguientes razones:

- La clienta solo visita el centro de vez en cuando
- No puede permitirse los gastos
- No tiene tiempo para venir todas las semanas

Ejemplo: Propuesta/solución para mejorar la celulitis

OBJETIVOS DEL TRATAMIENTO

Los objetivos permiten que la clienta visualice con antelación parte de los resultados que podrá lograr al final del tratamiento o después de utilizar lo recomendado por la esteticista.

El argumento debe estimular el deseo de encontrar inmediatamente una solución que, en todo caso, debe lograr al menos uno de los siguientes propósitos:

- Resolver el problema
- Mitigar el problema

Los objetivos pueden ser uno o dos, pero nunca más de tres, de lo contrario, crean confusión.

Ejemplo:

«Sra. Bianchi, para mitigar su problema de celulitis y grasa localizada debemos lograr estos objetivos:

- mejorar la circulación sanguínea y linfática,
- contrarrestar la grasa,
- tonificar la zona».

Cómo (productos y servicios)

En este punto, se puede proponer una solución profesional citando el nombre del/de los producto(s) (en caso del cuidado personal para uso en el hogar) o explicando los pasos, siempre de forma concisa, los productos y las fases de las acciones de mejora cosmética o curativas (en caso de tratamientos en el centro de estética).

«La mejor solución implica el uso de dos productos con acciones diferentes:

- una crema drenante,
- una crema de hiperemia».

«El mejor tratamiento a realizar en el centro consta de 4 fases principales, cada una con una acción diferente:

- una limpieza profunda regeneradora y exfoliante,
- tratamientos drenantes,
- tratamientos reductores,
- tratamientos tonificantes».

Componentes principales

Solo se enumeran los más importantes, conocidos y buscados, porque son los que se anuncian y se consideran innovadores. Demasiadas nociones técnicas aburren, los clientes siempre son libres de hacer más preguntas si lo consideran oportuno.

«Los principales componentes de estos productos/tratamientos son dos: algas y barros, ambos actúan sobre la retención de líquidos y grasas».

Resultados

Estos tampoco pueden ser más de tres y deben ser concretos y reales.

«Sra. Bianchi, los resultados que podrá conseguir, además de las metas que nos hemos propuesto, son:

- una mejora visual de la piel,
- piernas más ligeras,
- oxigenación tisular,
- mejora de las zonas tratadas».

Al final, es necesario informar sobre el tiempo necesario para conseguir los resultados (duración del tratamiento en el centro de estética o del uso de los productos en casa) y sobre el coste total del tratamiento o los productos.

6. El cierre

Un asesoramiento llevado a cabo de la manera correcta, a través del diálogo y acordando todos los puntos, conduce a la venta de un tratamiento o producto.

Si la cliente se resiste mucho, significa que, en las fases anteriores, no se ha estado atento a las muestras de desconfianza y duda que ha mostrado o que lo que se le ha dicho no era lo suficientemente atractivo o persuasivo.

El cierre es la fase en la que hay que asegurarse de que se ha entendido la propuesta y, en consecuencia, de que los clientes dan su consentimiento para proceder. Esta aprobación solo puede darse si se hacen las preguntas correctas, como:

- ¿Qué le parece mi propuesta?
- ¿Necesita más información?

Ante la indecisión, nunca hay que ser insistente; algunos clientes necesitan reflexionar y, muchas veces, en su siguiente visita deciden espontáneamente comprar o someterse al tratamiento, sin que el esteticista tenga que proponérselo de nuevo. En este caso, siempre hay que recordar dar material informativo sobre los consejos ofrecidos.

Asesoramiento estético sobre las contracturas de espalda

Una **contractura** en sí misma es un acto defensivo que surge cuando el tejido muscular se estresa más allá de su límite de resistencia fisiológica. La carga excesiva desencadena un mecanismo de defensa que hace que el músculo se contraiga. Las causas subyacentes pueden ser de naturaleza mecánica o metabólica pero aún no se han definido claramente. Lo que se sabe es que están relacionadas de alguna manera con los siguientes factores:

- contractura muscular
- falta de calor general y específico
- preparación física inadecuada
- tensiones excesivas, movimientos bruscos y violentos

La contractura es la menos grave de las lesiones musculares agudas, ya que no provoca ninguna lesión anatómica en las fibras. Lo que ocurre es simplemente que hay un aumento involuntario y permanente de su tono.

El primer paso es informar correctamente al cliente tanto de la situación actual como de posibles intervenciones correctoras y de mejora. Esto se puede hacer con un asesoramiento personalizado, que requiere las siguientes habilidades y destrezas:

- Conocimiento de la anatomía, propiedades y defectos de la piel y la hipodermis, en particular, de los tipos de contractura.
- Capacidades manuales adecuadas.
- Conocimiento de los productos y de la forma más efectiva de utilizarlos.
- El uso correcto de los diferentes equipos.
- Buenas habilidades comunicativas.

Las razones más frecuentes de un asesoramiento ineficaz son:

- Carencias en alguno de los puntos mencionados anteriormente.
- Asumir que los clientes son conscientes de sus problemas.
- Asumir que entiendes correctamente la información que se te ha proporcionado.
- Escuchar superficialmente las respuestas creyendo que ya has entendido los problemas y las necesidades desde el principio.
- Caer en hábitos y dar poca información y superficial.
- No concentrarse.
- Decidir de antemano la mejor solución para un cliente.

Herramientas para un asesoramiento estético eficaz: fichas personales y de consulta, a ser posible digitales (análisis visual y táctil).

Estos métodos transmiten al cliente la idea de profesionalidad inmediatamente y la sensación de que el asesoramiento es un procedimiento habitual del centro de estética y no una iniciativa esporádica destinada únicamente a la venta de un servicio.

Ejemplo de asesoramiento para mejorar un problema de piel envejecida

Las fases del asesoramiento son:

1. Recopilación de datos
2. Las preguntas
3. La reformulación
4. El diagnóstico
5. La propuesta
6. El cierre

1. Recopilación de datos

Cualquier buena consulta siempre comienza rellenando (en caso de un nuevo cliente) o examinando y actualizando (en el caso de un cliente fiel) una ficha personal y de consulta que resuma toda la información importante.

Primero, tras autorizar al esteticista el procesamiento de datos personales, el cliente puede completar el formulario de forma independiente con sus datos personales (nombre, apellidos, fecha de nacimiento, dirección, número de teléfono, dirección de correo electrónico, profesión).

El resto de información, para evitar que se transcriba incorrectamente, la debe introducir el esteticista durante la fase de preguntas, que se centrará en lo siguiente:

- Los diversos problemas
- Las necesidades
- Si tiene alergias causadas por alguna sustancia
- Qué productos utiliza habitualmente
- Qué soluciones se le han recomendado hasta ahora
- Todos los tratamientos que ha realizado regularmente en el pasado y los que se le recomendarán en el futuro

La recopilación de datos es importante no solo para conocer mejor al cliente, sino también para:

- Crear un punto de referencia para todo el equipo.
- Servir como recordatorio de los clientes no regulares.
- Transmitir la idea de profesionalidad y atención.

Durante la espera, antes de iniciar el diálogo entre el esteticista y el cliente, para facilitar el proceso de colaboración e implicación, se pueden entregar folletos sobre las diferencias entre una piel sana y otra en condiciones problemáticas.

Los clientes deben sentirse tranquilos y dispuestos a revelar los problemas de su piel y a hablar sobre ellos, así como de sus necesidades y deseos estéticos.

2. Las preguntas

Para entender cómo proceder de la manera más efectiva, es conveniente hacer preguntas abiertas y alternativas sobre los siguientes temas:

- Preguntas de apertura sobre el estado de salud y el estilo de vida (a formular a clientes nuevos).
- Las necesidades y problemas relacionados con la piel del rostro.

- Productos utilizados o tratamientos realizados en el pasado.
- Deseos.

EJEMPLOS

Preguntas de apertura a una nueva cliente:

- ¿Alguna vez ha tenido problemas de alergia o molestias generales en la piel?
- ¿Cuánta agua bebe al día?
- ¿Cómo es su alimentación?
- ¿Fuma?
- ¿Hace deporte?
- ¿Suele tener una buena postura?

Preguntas sobre las necesidades y problemas:

- ¿Cómo siente los músculos?
- ¿Hace mucho o poco que tiene la contractura? (en caso de que la cliente haya revelado abiertamente su problema)
- ¿Qué áreas de la espalda le causan más molestias?
- Preguntas sobre los deseos:
- ¿Qué le gustaría mejorar en su cuerpo?
- ¿Qué expectativas tiene?
- ¿Qué resultados le gustaría conseguir?
- ¿Qué le gustaría ver y oír de otra forma?

3. La reformulación

Ya se ha descrito anteriormente.

4. El diagnóstico

Para los esteticistas, el diagnóstico es la identificación y valoración de un problema estético en el rostro (siempre dentro del ámbito de su competencia, sin entrar en el ámbito médico) y es imprescindible para proponer la solución más adecuada para cada cliente.

Es una fase en la que la comunicación es unidireccional: el esteticista habla y el cliente escucha. El contenido es puramente técnico.

Por eso, y para evitar que la cliente se distraiga, hay que utilizar un lenguaje:

- Claro
- Lógico
- Simple
- Resumido
- Adecuado para el interlocutor

Diagnóstico del cuerpo con contractura en la espalda

Explicar a la cliente en qué consiste y cuál es el problema. La contractura muscular es una contracción involuntaria, persistente y dolorosa de uno o más músculos esqueléticos. El músculo afectado está rígido y la hipertonía de las fibras musculares es apreciable al tacto. Una contractura en sí misma es un acto defensivo que surge cuando el tejido muscular se estresa más allá de sus límites de resistencia fisiológicos. La carga excesiva desencadena un mecanismo de defensa que hace que el músculo se contraiga. Las causas subyacentes pueden ser de naturaleza mecánica o metabólica pero aún no están claramente definidas.

Describe lo que ves. Se presentan los siguientes síntomas: la persona afectada por una contractura siente un dolor moderado y generalizado a lo largo de la zona muscular afectada. Se percibe hipertonía

con bastante claridad y el cliente se queja de la falta de elasticidad del músculo en los movimientos. La palpación permite apreciar el aumento involuntario del tono muscular y causa dolor, sobre todo en algunos puntos. El dolor es tolerable y no impide continuar con las actividades. Sin embargo, para eliminar el riesgo de complicaciones, es bueno tener cuidado con los movimientos que se producen durante el día y suspender inmediatamente las actividades deportivas.

Causas

A continuación, se enumeran las razones que pueden haber causado el problema:

- falta de calor general y específico
- preparación física inadecuada
- tensiones excesivas, movimientos bruscos y violentos
- problemas articulares, desequilibrios posturales y musculares, falta de coordinación

La contractura es la menos grave de las lesiones musculares agudas, ya que no provoca ninguna lesión anatómica en las fibras. Lo que ocurre es simplemente que hay un aumento involuntario y permanente de su tono.

Consecuencias

Se anticipan los efectos negativos que podrían ocurrir si se descuida el problema. Si la piel no se trata adecuadamente, la situación empeorará y se agravarán los síntomas.

5. La propuesta

La propuesta es la mejor solución al problema. La clienta puede elegir entre tres posibilidades:

- Tratamiento en el centro de estética
- Productos de cuidado personal para usar en casa
- Tratamiento en el centro de estética y mantenimiento en casa con productos de reventa

Es evidente que la tercera propuesta permite obtener los resultados más rápidos y constantes en el tiempo, pero no siempre es factible por las siguientes razones:

- La clienta solo visita el centro de vez en cuando
- No puede permitirse los gastos
- No tiene tiempo para venir todas las semanas

Ejemplo: propuesta/solución para mejorar una contractura

OBJETIVOS DEL TRATAMIENTO

Los objetivos permiten que la clienta visualice con antelación parte de los resultados que podrá lograr al final del tratamiento o después de utilizar lo recomendado por la esteticista.

El argumento debe estimular el deseo de encontrar inmediatamente una solución que, en todo caso, debe lograr al menos uno de los siguientes propósitos:

- Resolver el problema
- Mitigar el problema

Los objetivos pueden ser uno o dos, pero nunca más de tres, de lo contrario, crean confusión.

Ejemplo:

«Sra. Bianchi, para aliviar su contractura en la espalda debemos lograr dos objetivos:

- mejorar la circulación sanguínea,
- relajar los músculos,
- oxigenar los tejidos».

Cómo (productos y servicios)

En este punto, se puede proponer una solución profesional citando el nombre del/de los producto(s) (en caso del cuidado personal para uso en el hogar) o explicando los pasos, siempre de forma concisa, los productos y las fases de las acciones de mejora cosmética o curativas (en caso de tratamientos en el centro de estética).

«La mejor solución implica el uso de dos productos con acciones diferentes:

- un aceite esencial relajante para diluir en la bañera,
- una crema de hiperemia para aplicar sobre la contractura».

«El mejor tratamiento a realizar en el centro consta de 4 fases principales, cada una con una acción diferente:

- una limpieza profunda regeneradora y exfoliante,
- tratamientos en la sauna eléctrica para favorecer la eliminación de toxinas y relajar la contractura,
- tratamientos de barro relajantes para preparar el tejido,
- masajes relajantes y masajes del tejido conectivo».

Componentes principales

Solo se enumeran los más importantes, conocidos y buscados, porque son los que se anuncian y se consideran innovadores. Demasiadas nociones técnicas aburren, los clientes siempre son libres de hacer más preguntas si lo consideran oportuno.

«Los principales componentes de estos productos/tratamientos son dos: relajantes e hiperemiantes, ambos actúan sobre la contractura de la zona».

Resultados

Estos tampoco pueden ser más de tres y deben ser concretos y reales.

«Sra. Bianchi, los resultados que podrá conseguir, además de las metas que nos hemos propuesto, son:

- una mejora visual de la piel,
- músculos relajados,
- oxigenación tisular,
- eliminación de las contracturas,
- mejora de la postura».

Al final, es necesario informar sobre el tiempo necesario para conseguir los resultados (duración del tratamiento en el centro de estética o del uso de los productos en casa) y sobre el coste total del tratamiento o los productos.

6. El cierre

Un asesoramiento llevado a cabo de la manera correcta, a través del diálogo y acordando todos los puntos, conduce a la venta de un tratamiento o producto.

Si la cliente se resiste mucho, significa que, en las fases anteriores, no se ha estado atento a las muestras de desconfianza y duda que ha mostrado o que lo que se le ha dicho no era lo suficientemente atractivo o persuasivo.

El cierre es la fase en la que hay que asegurarse de que se ha entendido la propuesta y, en consecuencia, de que los clientes dan su consentimiento para proceder. Esta aprobación solo puede darse si se hacen las preguntas correctas, como:

- ¿Qué le parece mi propuesta?
- ¿Necesita más información?

Ante la indecisión, nunca hay que ser insistente; algunos clientes necesitan reflexionar y, muchas veces, en su siguiente visita deciden espontáneamente comprar o someterse al tratamiento, sin que el esteticista tenga que proponérselo de nuevo. En este caso, siempre hay que recordar dar material informativo sobre los consejos ofrecidos.

5. EL POSTRATAMIENTO

Antes de despedir a la clienta, es necesario mostrarle claramente todos los cambios que se han producido involucrando dos sentidos, la vista y el tacto, y haciéndole dos preguntas específicas:

- ✓ ¿Qué ve diferente? (piel más brillante)
- ✓ ¿Qué siente diferente? (piel más suave, hidratada, compacta)

Este comportamiento redundante también es útil para resaltar la calidad de los productos utilizados y estimular a los clientes a usarlos en casa, recordándoles que los productos profesionales tienen un mayor rendimiento, por lo que el coste, considerando la relación beneficio/precio, es igual o incluso más bajo que el de otros aparentemente más asequibles a la venta en tiendas o supermercados.

Un servicio de calidad no acaba tras esta fase, sino que continúa durante el tratamiento posterior, en el que hay que tomarse unos minutos para preguntar a la clienta si está satisfecha con los resultados obtenidos, o, en el caso de la reventa, si ve cambios positivos y si necesita más consejos o ayuda. La clienta siempre busca la confirmación de la fiabilidad de su esteticista y, al mismo tiempo, quiere sentirse importante, quiere atención y que alguien la cuide.

6. DESPEDIDA

La despedida es el momento de decir adiós, cuando se acompaña a la clienta a la recepción. Es tan importante como la acogida y el objetivo es prolongar los sentimientos positivos de los momentos pasados en el centro de belleza. La salida debe dejar una sensación de satisfacción, pero, al mismo tiempo, las ganas de volver a confiar en las manos de un profesional de confianza.

Al despedir a los clientes, es importante:

- ✓ Acompañarlos a la recepción.
- ✓ Sonreír.
- ✓ Preguntarles si están satisfechos con el servicio.
- ✓ Preparar la factura.
- ✓ Resumir los servicios realizados, los costes y el total.
- ✓ Preguntarles si quieren reservar una cita para la próxima vez.
- ✓ Ayudarlos a ponerse el abrigo.
- ✓ Acompañarlos hasta la puerta.
- ✓ Darles la despedida.
- ✓ Sonreír.

Procedimientos para el manejo de incidentes inesperados con el cliente

A. Incidentes inesperados con citas de clientes

Incidentes inesperados con clientes que no cancelan la cita o que llegan tarde a ella

En tu centro de belleza, no te puedes permitir el lujo de tener clientes que te pongan en apuros por faltar a citas o no cambiarlas. Los clientes que avisan en el último momento o, peor aún, no se presentan a la cita o incluso ni te llaman para avisarte crean un gran perjuicio económico que no puedes simplemente aceptar.

Este daño se materializa en tres pérdidas económicas a la vez:

1. No cobras el tratamiento que no has realizado.
2. Costes por hora del centro de belleza que se consumen tanto si se estás haciendo algo como si no.
3. Falta de oportunidad para agregar otra cita a la agenda.

De hecho, además de la pérdida económica, los clientes «injustos» crean problemas en la organización interna y trastornan el funcionamiento del centro de belleza.

El retraso o la cancelación de última hora desorganizan la agenda y no permiten dar los servicios de calidad que incrementan los ingresos.

Tienes que ser consciente de que si los clientes se comportan de forma inapropiada, es culpa tuya por no haberlos educado bien.

Los clientes «sin educación» se comportan de los siguientes modos:

- Se saltan citas y ni avisan.
- Llegan tarde sin «justificación» y luego esperan tener el mismo espacio de tratamiento que habían reservado.
- Tienen una actitud de «todo es gracias a mí».
- Pagan cuando quieren.
- Nunca dan gracias.
- No siguen tu método de tratamiento (no utilizan los cuidados en casa, no respetan las citas) y luego te culpan de la falta de resultados.
- Pretenden cosas imposibles con actitud arrogante.
- Te utilizan como confidente y luego, en algún momento, descubres que van a tu competidor.

Al aceptar estos riesgos de vez en cuando, has «educado» a tus clientes para que no sigan tu guía y se comporten de una manera que no te resulta efectiva. Si no los corriges y educas de inmediato, por mucho que gasten en tu centro de belleza, al final, te harán perder mucha energía y mucho del tiempo y dinero que podrías haber dedicado a otros clientes.

Por un cliente «desconectado» que pierdes, ganas otros diez que te siguen y que te promocionan de forma positiva.

Así que comienza poniendo en práctica algunas cosas. Primero, establece una política sobre cancelaciones y horarios en tu centro de belleza. Informa a tus clientes con un letrero (y un mensaje por correo electrónico) escrito del modo siguiente:

«Para ofrecer una calidad de servicio cada vez mejor, en casos de imposibilidad de acudir a la cita programada, le rogamos que notifique la cancelación de la misma con al menos 24 horas de antelación para evitar el cargo del 50 % (100 %) en su siguiente cita. También le recordamos que no podremos prestar el servicio reservado en caso de retrasos de más de 10 minutos a la cita. Le ofreceremos la

posibilidad, en el tiempo restante, de realizar un tratamiento alternativo. Le agradecemos de antemano su comprensión y cooperación». (Nombre del centro de belleza)
Puedes hacer una excepción una vez, pero luego tienes que ser inflexible.

RECORDAR LAS CITAS A LOS CLIENTES

Hay 3 formas principales de recordárselas a tus clientes:

- Tarjetas de recordatorio
- Mensajes de texto
- Llamadas telefónicas

Tarjetas de recordatorio

No importa si ves que los clientes guardan sus citas en el móvil; aun así debes darles tu tarjeta de recordatorio.

La mayoría de los clientes abrirán su cartera en los días siguientes y es probable que vean el recordatorio.

Mensajes de texto (teléfono móvil)

El uso del chat ya está en la agenda, pero para este tipo de comunicaciones utiliza siempre un mensaje de texto. Los destinatarios perciben este tipo de mensajes como más importantes que otros.

Recuerda mantener el texto simple:

«Recordatorio de la cita en el centro de belleza Evoluzione Donna el 30-11-2020 a las 10:00».

Envía el recordatorio de la cita con 48 horas de anticipación, así, darás tiempo a que ajusten su horario o a que te llamen para cambiar la cita. También te da algo de tiempo para administrar la agenda y llenar los huecos de última hora.

Llamadas telefónicas

Las mejor manera de proceder es:

1. Llamar al cliente dos días (48 horas) antes de la fecha de la cita.
2. Dejar un mensaje de voz si no contestan.
3. En cualquier caso, enviar un recordatorio por SMS inmediatamente.

Si no tienes suficiente mano de obra para hacer llamadas a todos los clientes, llama siempre a los clientes primerizos y a aquellos que te dejan plantado en el último momento.

B. Incidentes inesperados durante el tratamiento de un cliente

Incidentes inesperados con el uso de AHA (unidad 1.2)

Los productos a base de ácidos de frutas pueden causar un ligero enrojecimiento, ardor y hormigueo en la piel, pero, generalmente, estos efectos desaparecen en poco tiempo. Si duran más o son particularmente intensos:

- El tratamiento debe suspenderse inmediatamente.
- Refrescar el área inmediatamente con una bolsa de agua tibia.
- Usar cremas amortiguadoras.
- Usar cremas hidratantes calmantes.
- Evitar la exposición al sol.
- Utilizar una crema con factor de protección 50.

Incidentes inesperados durante un masaje del tejido conjuntivo (unidad 1.3)

El masaje del tejido conjuntivo solo puede generar enrojecimiento o picor, debido al efecto sobre la microcirculación. Por lo general, el enrojecimiento, el hormigueo o la picazón en la piel también pueden ser causados por el uso de algunos productos utilizados para los masajes, como los aceites

esenciales. Si el cliente tiene la piel especialmente sensible, elige productos más delicados cuidadosamente y con antelación. Estos efectos generalmente desaparecen en poco tiempo.

Si duran más o son especialmente intensos:

Antes de comenzar el tratamiento, si deseas utilizar aceites esenciales, realiza una prueba de alergia a los aceites esenciales. En la zona interna del antebrazo, aplica unas gotas del producto que pretendas utilizar y espera a ver si se produce cualquier reacción, enrojecimiento u hormigueo. Si se produce una alteración de la piel, obviamente se debe elegir otro producto. En consecuencia:

- El tratamiento debe suspenderse.
- El producto debe enjuagarse.
- El área debe enfriarse inmediatamente con un paquete de agua tibia.
- Se deben utilizar productos hidratantes calmantes.
- Se debe recordar al cliente que no puede exponerse al sol durante al menos 24 horas.

Sucesos inesperados durante el uso de placas termográficas (unidad 2.1)

Si al usar la placa amarilla, permanece negra o solo se ven colores marrones y rojizos, hay que usar la placa verde. Si los colores principales tampoco se muestran en esta placa, la temperatura de la pierna o de la habitación es demasiado baja. Por lo tanto, será necesario repetir la prueba después de conseguir las condiciones ideales.

Si al usar la placa verde, cambian rápidamente todos los colores mostrando un color azul homogéneo, hay que usar la placa amarilla. Si incluso en esta placa la imagen permanece completamente azul, lo mejor es enfriar el área con un secador de pelo normal (aire frío) y verificar que la temperatura ambiente no supere los 24 °C. Luego repetir la prueba.

Sucesos inesperados durante un masaje corporal del tejido conectivo (unidad 2.2)

Lo único inesperado es la sensación de dolor que puede experimentar el cliente durante el masaje; en este caso, si el dolor es demasiado fuerte, se interrumpe la manipulación o se realiza más suavemente.

Título del material o actividad	7. Caso práctico: «Asesoramiento sobre los tratamientos anticelulíticos»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en presentar el caso 01 (asesoramiento para el tratamiento anticelulítico) y requiere que el alumno analice el caso y tome los elementos esenciales para decidir qué tratamiento es el más adecuado para la clienta.</p> <p>El caso puede manejarse individualmente o en grupos y el formador o empleador puede llevarlo a cabo tanto de forma escrita como oral.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caso práctico
Tiempo necesario	<p>Lectura del caso: 5 minutos</p> <p>Ejecución del caso: depende de la orientación elegida.</p>
Anexos	Caso: «Tratamiento anticelulítico»
Solución de la actividad	Solución: «Tratamiento anticelulítico»

Caso práctico: «Tratamiento anticelulítico»

Asesoramiento sobre celulitis

Descripción:

Una clienta fiel quiere hacerse masajes para mejorar su celulitis. La clienta tiene 50 años, fuma y no practica deportes. Bebe medio litro de agua con gas al día. Es vegetariana, pero no come legumbres.

Entrega:

A partir de la información proporcionada, analiza el caso y responde las siguientes preguntas:

P1: ¿Qué pruebas usarías?

P2: Según los datos escritos, ¿qué consejo le darías?

P3: ¿Qué consejo le darías sobre su alimentación?

P4: ¿Qué tratamientos le recomendarías?

Solución: «Tratamiento anticelulítico»

P1: ¿Qué pruebas usarías?

R1: Termografía, análisis visual-táctil y, si se tiene disponibilidad, impedancia.

P2: Según los datos escritos, ¿qué consejo le darías?

R2: Beber al menos 1 litro o 1 litro y medio de agua sin gas al día; realizar actividad deportiva ligera, por ejemplo, caminar durante al menos 30 minutos al día.

P3: ¿Qué consejo le darías sobre su alimentación?

R3: Introducir legumbres en la dieta, ya que, como no come carne, estas aportan proteínas vegetales.

P4: ¿Qué tratamientos le recomendarías?

R4: Barros - algas - ultrasonidos - infrarrojos - sauna eléctrica



MASAJE CORPORAL

[TRATAMIENTOS RELACIONADOS CON LOS CUIDADOS]



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



2.2		MASAJE CORPORAL [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LOS CUIDADOS]	
Los resultados del aprendizaje corresponden al MEC			MEC 4
Resultados del aprendizaje: la persona es capaz de realizar masajes corporales eligiendo técnicas y productos adecuados y teniendo en cuenta las necesidades y deseos del cliente.			Indicadores que lo demuestran
Conocimientos	Habilidades	Responsabilidad y autonomía	
<i>La persona puede</i>	<i>La persona puede</i>	<i>Capacidades comprobadas</i>	<i>Con base en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> Nombrar los tipos de cuerpo, los tonos musculares, la estructura de la piel y las condiciones médicas relacionadas. Enumerar las contraindicaciones que podrían restringir la realización del masaje (por ejemplo, fiebre, gripe, presión arterial alta, venas varicosas). Nombrar varios tipos de masaje corporal, por ejemplo, clásico, drenaje linfático, masajes exóticos, piedras calientes, bambú, cocoterapia, sellos de hierbas, chocolate, ventosas chinas, etc. Enumerar las técnicas básicas de masaje clásico: effleurage 	<ul style="list-style-type: none"> Seleccionar técnicas de masaje corporal, por ejemplo, drenaje linfático, masajes exóticos: piedras calientes, bambú, cocos, sellos, chocolate, ventosas chinas, etc. Aplicar técnicas de masaje corporal. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar el masaje corporal adecuado de acuerdo con las necesidades del cliente y los principios de seguridad y salud. Evaluar las reacciones y la satisfacción del cliente y ajustar las técnicas de masaje si es necesario. Asesorar sobre el apoyo al masaje mediante la aplicación diaria de productos para el cuidado de la piel adecuados según las edades específicas (movimientos circulares y de barrido) Determinar la duración del tratamiento, la secuencia, los costes y el cálculo de precios e informar al cliente en consecuencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Rellena la ficha del cliente utilizando las técnicas visuales, táctiles y termográficas para detectar alteraciones cutáneas, además de la técnica de la entrevista para rellenar la parte dedicada a la anamnesis general. Demuestra habilidades interpersonales para manejar la relación con los clientes durante el tiempo del masaje. Prepara el espacio con todo el material necesario para poder realizar el diagnóstico. Recomienda los productos y propone soluciones con base en sus conocimientos cosmetológicos,

<p>(caricias largas y deslizantes), petrissage (movimientos de amasado que presionan y hacen rodar los músculos debajo de las manos o los dedos), fricción (roce suave o firme de las manos hacia adelante y hacia atrás sobre la piel) y puntos de presión (presión directa sobre un punto duro y anudado).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distinguir tratamientos para diferentes tipos de clientes, incl. embarazadas, personas mayores, enfermos de cáncer, personas con intolerancias, etc. 			<p>anatómicos y dermatológicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce las técnicas de higiene y sabe cómo ponerlas en práctica. • Realiza el masaje en el tiempo fijado y siguiendo las secuencias correctas. • Maneja los imprevistos relacionados con el comportamiento del cliente o con las complicaciones que puedan surgir durante el masaje.
<p>Herramientas de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Demostración • Caso práctico • Test 		

2.2 Masaje corporal [tratamiento relacionado con los cuidados]

Lista de materiales y actividades

1. Simulación: «Masaje del tejido conectivo»
2. Caso práctico: «Masaje del tejido conectivo»
3. Análisis de vídeo: «Masaje del tejido conectivo»
4. Producción de vídeo: «Masaje de tejido conectivo»
5. Tarea práctica: «Realización de masajes del tejido conectivo»
6. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»
7. Ejercicio de investigación: «Tratamientos corporales alternativos: tratamientos ecológicos y tecnológicos»
8. Tarea práctica: «Creación de materiales promocionales para un centro de belleza»

Objetivo de la unidad

Al finalizar esta unidad, serás capaz de elaborar una ficha de cliente y leer los datos recogidos en ella para realizar un masaje correcto según las necesidades del cliente. Se requieren habilidades de comunicación y conocimientos básicos de dermatología, anatomía y cosmética. Es muy importante prestar atención al mantenimiento de las reglas de higiene y ser capaz de manejar situaciones inesperadas.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Procesos de gestión y apoyo
- Gestión del tiempo
- Competencias TIC
- Lenguas extranjeras
- Competencias ecológicas

Habilidades de higiene y seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de los materiales y recursos

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> análisis de vídeo <input checked="" type="checkbox"/> simulación <input type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input checked="" type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> caso práctico <input type="checkbox"/> observación en situación de trabajo <input type="checkbox"/> diálogos <input type="checkbox"/> ejercicio escrito <input type="checkbox"/> otros: _____ |
|--|---|

Título del material o actividad	1. Simulación: «Masaje del tejido conectivo»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en simular el manejo de un cliente estándar al ejecutar un masaje del tejido conectivo. La actividad consta de los siguientes pasos:</p> <p>Paso 1: recibir al cliente.</p> <p>Paso 2: preparar al cliente para el masaje.</p> <p>Paso 3: rellenar la ficha del cliente (breve entrevista con el cliente).</p> <p>Paso 4: realizar las secuencias de masaje.</p> <p>Paso 5: despedir al cliente: asesoramiento final (cuidados en casa, propuestas de tratamientos posteriores, plan de citas y gestión de agenda).</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ficha de cliente: ficha del cuerpo • Agenda de papel o electrónica <p>Equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Material desechable <p>Productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fitoesencias para la evasión • Crema/aceite de masaje • Cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha del cuerpo (ver unidad 2.1, actividad núm. 1)</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver unidad 2.1, actividad núm. 1)</p> <p>Procedimiento de control de materiales para tratamientos corporales</p>
Solución de la actividad	

Procedimiento de control de materiales de la cabina y para el tratamiento.

Material	Verificación
Camilla con sábana de algodón y espuma y cubierta con papel desechable	<input type="checkbox"/>
Placas termográficas	<input type="checkbox"/>
Manta para el cliente, si la desea	<input type="checkbox"/>
Toalla para el cliente	<input type="checkbox"/>
Ficha del cliente	<input type="checkbox"/>
Mascarilla, visera, guantes, contenedor para la ropa de los clientes (*legislación anti Covid)	<input type="checkbox"/>
Otros...	<input type="checkbox"/>

Carrito de estética con los productos para el tratamiento	
Material	Verificación
Fitoesencias para la evasión	<input type="checkbox"/>
Aceite/crema	<input type="checkbox"/>
Otros...	<input type="checkbox"/>

Título del material o actividad	2. Caso práctico: «Masaje del tejido conectivo»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en presentar el caso de una clienta que desea un masaje del tejido conectivo; dentro de la actividad, el alumno deberá analizar el caso y tomar los elementos esenciales para realizar el tratamiento más adecuado para la clienta.</p> <p>El caso puede manejarse individualmente o en grupos y el formador o empleador puede llevarlo a cabo tanto de forma escrita como oral.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caso práctico: «Masaje del tejido conectivo»
Tiempo necesario	<p>Lectura del caso: 5 min.</p> <p>Ejecución del caso: depende de la orientación elegida.</p>
Anexos	Caso práctico: «Masaje del tejido conectivo»
Solución de la actividad	Solución: «Masaje del tejido conectivo»

Caso práctico: «Masaje del tejido conectivo»

Descripción:

Una cliente de 50 años acude a tu centro de estética porque ha notado cierta rigidez en la espalda, con molestas sensaciones de dolor al realizar algunos movimientos. La zona afectada es la que se muestra en la imagen:



Entrega:

A partir de la información recibida, analiza el caso y responde las siguientes preguntas:

P1: ¿Qué preguntas le haces para entender cuál ha sido el detonante?

P2: ¿Qué tipo de dolor, dificultad y sensación puede experimentar la cliente?

P3: A diferencia de las distensiones y los desgarros, en la contractura no hay rupturas en el tejido muscular. ¿Qué puede afectar a la contractura?

P4: ¿Qué masaje recomiendas y por qué?

P5: ¿Comenzarías inmediatamente con un masaje de tejido conectivo?

P6: ¿Qué tratamientos harías antes de realizar un masaje de tejido conectivo y por qué?

P7: ¿Qué tipo de consejo darías para implementar en casa?

P8: ¿Qué tipo de dieta recomendarías?

Solución: «Masaje del tejido conectivo»

P1: ¿Qué preguntas le haces para entender cuál ha sido el detonante?

R1:

- ¿Qué clase de trabajo realiza?
- ¿Hace ejercicio?
- ¿Ha realizado algún trabajo duro?
- ¿Ha hecho algún movimiento en particular?

P2: ¿Qué tipo de dolor, dificultad y sensación puede experimentar la clienta?

R2:

- Dolor evocado (después de ciertos movimientos o al palpar) o espontáneo.
- Dificultad para realizar algunos movimientos.
- Tensión muscular.
- Hipertonía, es decir, aumento del tono muscular.

P3: A diferencia de las distensiones y los desgarros, en la contractura no hay rupturas en el tejido muscular. La contractura puede afectar:

R3: A un solo músculo (total o parcialmente) o a un grupo de músculos; es una contracción involuntaria de los músculos esqueléticos que se origina a partir de un proceso inflamatorio.

P4: ¿Qué masaje recomiendas y por qué?

R4: Yo recomendaría un masaje del tejido conectivo, ya que reduce las contracturas y las tensiones musculares.

P5: ¿Comenzarías inmediatamente con un masaje de tejido conectivo?

R5: No.

P6: ¿Qué tratamientos harías antes de realizar un masaje de tejido conectivo y por qué?

R6: Comenzaría con tratamientos para calentar toda la espalda y hacer que el tejido sea más maleable, por ejemplo, masajes relajantes de barro-electro-sauna en la espalda.

P7: ¿Qué tipo de consejo darías para implementar en casa?

R7:

1. Baños calientes con aceites esenciales relajantes y descontracturantes.
 - Manzanilla • Alcanfor • Cedro • Cilantro • Jazmín • Lavanda • Mejorana • Mandarina • Melisa • Menta • Pachulí • Pino silvestre • Sándalo • Árbol de té • Ylang-ylang
2. Intente mantenerse lo más recta posible, con los hombros relajados y la barbilla levantada.
3. Haga una pequeña pausa (5 minutos es suficiente) para levantarse, dar un paseo y liberar la tensión muscular antes de que se convierta en una contractura.
4. La crioterapia, con la aplicación de bolsas de hielo, es útil en la fase aguda para combatir la inflamación; el calor, en la siguiente fase, aumenta la vasodilatación.

P8: ¿Qué tipo de dieta recomendarías?

R8: En condiciones normales, el requerimiento diario de magnesio, calcio y potasio en adultos (que podemos conseguir a través de una dieta variada y, por tanto, equilibrada) es de aproximadamente:

- 320 - 420 mg de magnesio. Buenas fuentes de magnesio son el salvado, los alimentos integrales, las nueces, los vegetales de hojas verdes, las lentejas y las judías, las semillas y el cacao;
- 800 - 1000 mg de calcio. Se puede obtener no solo de los lácteos, como el parmesano, sino también de la rúcula, las almendras, las alubias o las anchoas;
- 3 g de potasio. El alimento más frecuentemente asociado con el potasio es el plátano, pero este micronutriente está presente en muchos otros alimentos de origen vegetal, como las patatas, los espárragos, la col y las espinacas.

Titolo del materiale/attività	3. Analisi video “Massaggio del tessuto connettivo”
Presentazione / Descrizione delle fasi dell'attività	<p>L'attività consiste nell'analisi di un video esistente su YouTube relativo al massaggio da eseguire (es. massaggio connettivo).</p> <p>L'attività può essere svolta a scuola o nel Centro Estetico.</p> <p>Lo studente deve seguire questi passaggi:</p> <p>Step 1: guardare il video.</p> <p>Step 2: rispondere alle domande poste dal formatore/datore di lavoro.</p> <p>Step 3: Individuazione di eventuali altre tecniche che possono essere utilizzate al posto del massaggio connettivo.</p>
Tipologia di attività	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiali/attrezzature/strumenti necessari	<p>Materials:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tablet / pc per la visualizzazione
Tempo necessario	<p>Step 1 - 10 min</p> <p>Step 2 - 20 min</p> <p>Step 3 - 10 min</p>
Allegati	<p>Massaggio al corpo</p> <p>Esempio di YouTube video: https://youtu.be/w6qKt8R4uyQ (anti-cellulite massage)</p>
Soluzione dell'attività	

Título del material o actividad	4. Producción de vídeo: «Masaje de tejido conectivo»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en hacer un vídeo sobre el masaje a realizar (por ejemplo, sobre el masaje de tejido conectivo). El vídeo se puede realizar tanto en la escuela como en el lugar de trabajo (por ejemplo, se puede crear un microvídeo para explicar y asesorar al cliente sobre los tratamientos que se realizan en el salón de belleza).</p> <p>El alumno también puede hacer el vídeo en inglés (cualquier subtítulo o explicación del tratamiento).</p> <p>Los pasos a seguir en este caso son:</p> <p>Paso 1: planificar la realización del vídeo y la técnica a mostrar (escenario, materiales, equipo, etc.).</p> <p>Paso 2: realización del vídeo con una cámara de vídeo, teléfono móvil o tableta, incluyendo la postproducción para agregar elementos de fondo o superpuestos, como fondos y textos.</p> <p>Paso 3: presentación del vídeo realizado y explicación de todo el procedimiento seguido para su realización.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tableta, móvil u ordenador • Materiales y equipos necesarios para el tratamiento. • Aplicación para crear vídeos (por ejemplo, InShot, Movie o VivaVideo)
Tiempo necesario	<p>Para hacer el vídeo en la escuela o el centro de estética:</p> <p>Paso 1: 30 minutos</p> <p>Paso 2: 1-2 horas</p> <p>Paso 3: 30 minutos</p>
Anexos	<p>Masaje corporal (ver actividad núm. 3)</p> <p>Ejemplo de vídeo realizado en la escuela: 2.2 Connective Back Massage video.MOV</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	5. Tarea práctica: «Realización de masajes del tejido conectivo»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad se puede realizar en 2 ambientes: en la escuela o en el salón de belleza. El formador o empleador tiene la tarea de realizar una demostración del <u>masaje del tejido conjuntivo corporal</u> frente al alumno (demostración). Luego, el alumno debe realizar la técnica de acuerdo con la agenda y los deseos del cliente y, en esta etapa, el formador o empleador debe dar apoyo durante el masaje (apoyo).</p> <p>Una variante en la escuela: involucrar a 2 alumnos uno al lado del otro en fases alternas (el alumno más experimentado realiza el masaje del tejido conectivo corporal mientras el otro observa y luego proceden al cambio de rol).</p> <p>Los pasos que debe seguir el alumno son:</p> <p>Paso 1: observar al formador (o a los alumnos más experimentados).</p> <p>Paso 2: prepararse para el masaje corporal.</p> <p>Paso 3: realizar el masaje corporal.</p> <p>Paso 4: recoger y limpiar.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • camilla • productos de un solo uso necesarios para el masaje del tejido conectivo • cualquier equipo necesario para la prevención de enfermedades infecciosas según la legislación vigente
Tiempo necesario	<p>Las actividades se desarrollan en 2 horas:</p> <p>1 hora para la fase de observación</p> <p>1 hora para la fase de ejecución</p>
Anexos	<p>Ficha de cliente: ficha del cuerpo (ver unidad 2.1, actividad núm. 1)</p> <p>Masaje corporal (ver actividad núm. 3)</p> <p>Agenda de papel o electrónica (ver unidad 2.1, actividad núm. 1)</p>
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	6. Juego de roles: «Procedimientos de manejo de clientes»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	La actividad tiene como objetivo mejorar las habilidades de gestión de los alumnos y su capacidad para crear buenas relaciones con los cliente, durante todas las fases del tratamiento. A cada alumno se le asigna un rol y los alumnos involucrados deberán realizar el juego de roles siguiendo las indicaciones proporcionadas y aprendidas en la guía de comunicación. El juego de roles permite a los alumnos mejorar sus habilidades de comunicación. El formador podrá intervenir ofreciendo cualquier sugerencia que conduzca a un juego de roles más complejo.
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Materiales: <ul style="list-style-type: none"> • una descripción escrita del juego de roles elegido
Tiempo necesario	15 min para cada juego de roles
Anexos	Comunicación en el sector del bienestar (ver unidad 2.1, actividad núm. 6) Procedimiento para el manejo de incidentes inesperados con el cliente (ver unidad 2.1, actividad núm. 6)
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	7. Ejercicio de investigación: «Tratamientos corporales alternativos: tratamientos ecológicos y tecnológicos»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en mejorar el conocimiento de los alumnos sobre los tratamientos alternativos ecológicos y tecnológicos para que aprendan y sean conscientes de los objetivos de desarrollo sostenible. Esta actividad también ayuda al estudiante a utilizar las competencias TIC.</p> <p>La clase se puede dividir en dos grupos (si se lleva a cabo en la escuela). Se le pide a cada grupo que use Internet para buscar tratamientos alternativos ecológicos y tecnológicos que puedan usarse como tratamientos antienviejimiento. Luego, los grupos deben crear un resumen de la información encontrada con una presentación de PowerPoint que se presentará en frente de toda la clase y del formador.</p> <p>Los pasos a seguir son los siguientes: Paso 1: buscar en línea tratamientos alternativos. Paso 2: preparar una presentación de PowerPoint con los resultados. Paso 3: resumir y explicar los resultados.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Materiales: <ul style="list-style-type: none"> • Ordenador con conexión a Internet y paquete Office
Tiempo necesario	30 minutos para la investigación 30 min para la preparación de la presentación 10 min por grupo para la exposición
Anexos	Cosméticos orgánicos
Solución de la actividad	Ejemplos de tratamientos ecológicos relacionados con la actividad propuesta

Cosméticos orgánicos

BIOECOCOSMÉTICA

Las categorías de sustancias utilizadas para formular un cosmético son:

- Ingredientes funcionales
- Materiales básicos que constituyen el vehículo
- Aditivos que garantizan la conservación y estabilidad y mejoran las características organolépticas del preparado

La elección de los ingredientes es fundamental; los ingredientes dependen de lo siguiente:

- Calidad
- Funcionalidad del cosmético
- Filosofía

Elegir ingredientes naturales = imagen de autenticidad que vuelve a lo natural.

BIOLÓGICOS

Biológico significa:

«Producto obtenido sin el uso de pesticidas y fertilizantes químicos, tratado con tecnologías que no requieren el uso de aditivos sintéticos o artificiales».

Biológico también implica una «filosofía de vida basada en el equilibrio entre el hombre y el medio ambiente».

El término nació en el sector agroalimentario.

COSMÉTICA NATURAL

Se obtiene seleccionando cuidadosamente:

- Los principios activos
- Los ingredientes
- Su sinergia

Destacamos:

- materias primas naturales: extractos animales, vegetales y minerales (extraídos por medios físicos y no químicos)
- derivados naturales (ligeramente modificados)
- compuestos derivados de sustancias naturales (que han sufrido grandes cambios químicos)

Si estas materias primas proceden de la agricultura ecológica, pueden originar un “cosmético ecológico”.

Características:

- No contiene productos transgénicos.
- Se prohíbe o regula la presencia de sustancias químicas utilizadas como conservantes.
- Se prohíben las materias primas derivadas de la petroquímica o completamente sintéticas.

Para estos cosméticos también se analizan los envases utilizados, con el fin de minimizar la contaminación.

Los cosméticos se envasan utilizando:

- envases reciclables
- envases de plástico que no den origen a productos tóxicos en las etapas de eliminación

COMPATIBILIDAD CON LA PIEL:

- Máxima tolerabilidad

- Ausencia de irritabilidad

Como la cosmética tradicional

ECOLÓGICOS:

Minimizan la contaminación

Las condiciones necesarias son la tasa de biodegradación que depende de los siguientes factores:

- Temperatura
- Presencia o ausencia de oxígeno
- Contenido de agua
- Contenido de sal

SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE COSMÉTICOS BIOLÓGICOS

La producción de cosmética ecológica está regulada por la directiva **CE 76/768** y sus modificaciones.

Cada país tiene regulaciones concretas para los cosméticos orgánicos.

Están certificados por terceros y dicha certificación se reconoce por la marca del organismo de certificación adherida al paquete.

Actualmente, **en Europa** hay unos treintena organismos de certificación y normas relacionadas.

El mundo de la cosmética eco-bio no dispone de una legislación europea que regule el uso de ingredientes y es por ello que entran en juego las certificaciones, fruto de un proceso voluntario por parte de una empresa que somete todos o algunos de sus productos a la evaluación de los **organismos certificadores**.

Las certificaciones se han desarrollado a nivel nacional e internacional.

El 1 de septiembre de 2009 entró en vigor la Norma Internacional Cosmos que ofrece dos niveles de certificación, uno para los productos naturales y otro para los productos o ingredientes orgánicos.

La marca Cosmos Natural en la etiqueta garantiza que el 98 % de los ingredientes son de origen natural, mientras que la marca Cosmos Organic garantiza el uso de un porcentaje mínimo de ingredientes orgánicos (un mínimo del 10 % en los productos que se aclaran y un mínimo del 20 % en todos los demás productos).

NaTrue es una certificación internacional creada por iniciativa de algunos organismos de certificación nacionales.

Han ideado una norma muy restrictiva y rigurosa con el objetivo de reconocer la verdadera cosmética natural y ecológica.

NaTrue clasifica los ingredientes cosméticos en **3 categorías**:

- sustancias naturales (no sometidas a tratamientos químicos)
- sustancias idénticas a las naturales (sustancias naturales manipuladas con métodos de procesamiento simples)
- sustancias similares a las naturales (sustancias naturales modificadas con tratamientos químicos)

En consecuencia, proporcionan de **3 tipos** de **certificaciones**:

- cosméticos orgánicos (con un mínimo de 95 % de ingredientes orgánicos)
- cosméticos naturales con componentes biológicos (con un mínimo del 70 % de ingredientes orgánicos)
- cosméticos naturales

EN ITALIA, por otra parte, existen varios organismos de certificación.

La marca **ICEA** de cosmética y limpieza (ECOBIOCOSMESI E ECOBIODETERGENZA) ha obtenido la acreditación internacional emitida por **IOAS (Servicio Internacional de Acreditación Orgánica)**, y es una de las marcas europeas de cosmética y limpieza ecológica más importantes.

Junto con socios como **EcoCert**, **BDIH**, **Soil Association** y **CosmeBio**, ha creado la **marca COSMOS**, la primera norma internacional de cosméticos naturales y orgánicos.

El **CCPB** es un organismo de certificación y control de productos agroalimentarios y «no alimentarios» obtenidos en el sector productivo ecológico, ecocompatible y ecosostenible.

Es el primer organismo de certificación italiano reconocido por NATRUE, la principal norma para la certificación de cosméticos orgánicos y naturales.



AIAB representa el primer reconocimiento de cosmética orgánica en Italia. Creado hace más de 10 años, garantiza el cumplimiento de un grupo de condiciones y el uso de buenas prácticas: solo se utilizan materias primas vegetales no alergénicas e irritantes de productos agrícolas y ganaderos ecológicos.

Demeter es la Asociación para la protección de la calidad biodinámica en Italia, un organismo de control y certificación que certifica la cadena de suministro de productos de agricultura biodinámica. En 2012 estableció una norma específica y extremadamente detallada para cosméticos, llamada Demeter/Biodynamic, que incluye reglas muy restrictivas.

Ecocert es un organismo francés que desde 1991 ofrece dos niveles de certificación: **ORGÁNICO** (solo para cosméticos orgánicos) y **NATURAL** (solo para cosméticos naturales).

Bajo el término «cosmética ecológica y orgánica» es necesario que el porcentaje de ingredientes naturales sea al menos del 95 por ciento.

Ecocert prohíbe el uso de perfumes sintéticos, conservantes sintéticos, tintes orgánicos sintéticos, aceites minerales y otros derivados del petróleo, propilenglicol y otros glicoles, SLS, SLES y otros etoxilatos, siliconas y otros ingredientes sintéticos y materias primas probadas en animales.

Soil Association es el organismo de certificación independiente del Reino Unido, que se encarga de la inspección y emisión de certificaciones orgánicas. En el campo cosmético, aplica el norma internacional Cosmos.

EU Ecolabel es la etiqueta europea de calidad ecológica. Distingue productos y servicios que se caracterizan por un impacto ambiental reducido durante todo el ciclo de vida.

Los criterios de Ecolabel también cubren aspectos importantes relacionados con la salud y la seguridad de los consumidores y cualquier aspecto social y ético de los procesos de producción.

Leaping Bunny puede utilizarse para productos que no se han probado en animales en ninguna de las etapas de producción.

El sello Leaping Bunny asegura que los productos e ingredientes no se han probado en animales, pero no significa que el producto con esta certificación sea automáticamente natural o ecológico.

La IHTK (Asociación Internacional de Fabricantes contra las Pruebas en Animales en Cosméticos) ha cooperado estrechamente durante muchos años con la Federación Alemana de Protección Animal para conseguir una clara prohibición de las pruebas con animales en el sector cosmético.

Este sello indica que:

- No se han realizado pruebas con animales durante el desarrollo y la producción de los productos finales.
- No se han utilizado materias primas probadas en animales (desde el 01.01.1979).
- No se han utilizado materias primas obtenidas aplicando crueldad a animales o para las cuales los animales se han sacrificados específicamente (por ejemplo, aceite de visón, esperma de ballena, algalia, aceite de tortuga, seda, carmín de cochinilla).
- Se excluyen las materias primas derivadas de animales vivos, como la cera de abeja, la miel, los productos lácteos y la grasa de lana.
- No existe dependencia económica con otras empresas que realizan experimentos con animales o los encargan.

El **USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos)** es el organismo de referencia en los Estados Unidos.

Utiliza dos niveles de certificación: «100 por cien orgánico» para cosméticos que contienen solo ingredientes de origen orgánico y que pueden mostrar la etiqueta USDA Organic.

«**Organic**», para cosméticos que deben contener al menos un 95 % de ingredientes bio-orgánicos.

EWG Verified ha desarrollado una serie de normas estrictas, con el objetivo de evitar productos con sustancias químicas nocivas en el mercado.

Los productos cosméticos también se han vuelto fácilmente disponibles en Internet, por lo que, antes de cada compra, es bueno leer la etiqueta y conocer el significado de las certificaciones.

ALGUNOS REQUISITOS DE LA COSMÉTICA ORGÁNICA

Materias primas permitidas:

- Vegetales orgánicos y no orgánicos (solo si el equivalente certificado no existe en el mercado)

- Animales orgánicos y no orgánicos (solo si el equivalente certificado no existe en el mercado)
- Minerales
- Sintéticas (sujetas a restricciones)

Materias primas no permitidas:

- Derivados del PEG
- Surfactantes agresivos
- Sustancias que pueden causar daños ecológicos y ambientales
- Derivados de animales como el colágeno, la quitina o la placenta
- Silicona y derivados de la silicona
- Colorantes
- Perfumes sintéticos

Conservantes (sujeto a restricciones)

OGM (organismos modificados genéticamente)

QUÉ INGREDIENTES ESTÁN BIEN Y QUÉ INGREDIENTES, NO ¿Por qué NO a los PETROLATOS?

Se obtienen del petróleo y tienen las siguientes características:

- No biodegradables: permanecen en el medio ambiente.
- No son dermoafines: son sustancias tan diferentes a los lípidos de la piel que no se absorben y son fisiológicamente inertes.
- Oclusivos y aislantes: comedogénicos.
- Pueden contener residuos cancerígenos.

¿Cómo los reconozco en la etiqueta?

En función de su consistencia, se dividen en los siguientes: fluidos: aceite de vaselina (INCI paraffinum liquidum)

- semisólidos: vaselina (INCI petrolatum)
- sólidos: parafina (INCI paraffin)

¿Por qué NO a las SILICONAS?

Proceden del silicio, obtenido a partir de un proceso químico que parte de la arena y el carbón. Son muy utilizadas en cosmética.

La primera y más conocida es la DIMETICONA, un aceite ligero y volátil. Después están las ciclosiliconas (INCI cyclomethicone), de alta volatilidad, que se utilizan en cosmética para dar ligereza.

Las siliconas pueden adoptar la forma de geles, gomas de silicona y resinas.

Las siliconas:

- No son biodegradables: permanecen en el medio ambiente.
- No están relacionados con la piel.
- Pueden contener residuos tóxicos.

La sensación de piel suave y sedosa que una silicona es capaz de dar a un cosmético es inigualable: se utilizan para mejorar la suavidad y las sensaciones agradables del producto.

¿Con qué se reemplazan los petrolatos y las siliconas?

Se pueden sustituir por ACEITES, MANTECAS o CERAS de origen vegetal que son:

- biodegradables
- dermoafines

Compuestos principalmente por «triglicéridos» y por una pequeña fracción denominada «insaponificable» rica en tocoferoles, carotenoides, etc.

Todas ellas sustancias muy apreciadas para nuestra piel.

ACEITES

Se extraen de los frutos, las semillas o las semillas germinadas de muchas plantas.

Sin embargo, son fácilmente oxidables y esto implica el uso de antioxidantes (tocoferol, BHT y BHA).

Deben almacenarse en la oscuridad, a bajas temperaturas y con poco oxígeno.

Los más comunes son: aceite de aguacate, aceite de oliva, aceite de arroz, aceite de germen de trigo, aceite de soja, aceite de borraja y aceite de rosa mosqueta.

MANTECAS

Las mantecas vegetales son pastosas a temperatura ambiente.

Las principales son:

- manteca de karité
- manteca de cacao

CERAS

Se dividen en vegetales y animales.

- Vegetales: las más utilizadas son la cera de carnauba, la cera de candelilla y la cera de jojoba.
- Animales: las más utilizadas son la cera de abeja y la lanolina.

¿Por qué NO al PEG y sus derivados?

Las reacciones para sintetizar el PEG pueden conducir a la formación de dioxano, que es una sustancia cancerígena peligrosa.

En cosmética, la mayoría de los tensioactivos y emulsionantes son derivados del PEG.

En la etiqueta en inglés o nomenclatura INCI, se reconocen por el sufijo PEG y la parte terminal de la palabra –eth (laureth), entre ellos, los más conocidos son el Sodium Lauryl Sulfate (dodecilsulfato sódico, laurilsulfato sódico o SDS) y el Sodium Laureth Sulfate (lauril éter sulfato de sodio o SLES): son los tensioactivos más económicos pero también los más agresivos para nuestra piel.

¿Con qué los reemplazamos?

POLIGLUCÓSIDOS DE ALQUILO (ej. alcohol cetearílico): son bien tolerados por la piel y se obtienen a partir de la harina de maíz y el aceite de coco.

CONSERVANTES

Tienen la importante función de impedir la reproducción de microorganismos en el cosmético durante todo el ciclo de vida del producto. Son bien tolerados por la piel humana, incluso cuando causan intolerancias. Dependiendo del envase del cosmético, la cantidad de conservante también variará: baja para un tubo, alta para un frasco.

Conservantes que NO

- Liberadores de formaldehído: por ejemplo, INCI imidazilidinyl urea
- Alérgenos: por ejemplo, INCI methylchloroisothiazolinone
- Ecotóxicos: por ejemplo, INCI triclosan
- Parabenos: por ejemplo, INCI methylparaben, etc. (son la familia más utilizada en cosmética)

Conservantes que SÍ

- Ácido ascórbico, sorbato de potasio (INCI: sorbic acid, potassium sorbate) obtenidos de frutas silvestres
- Derivados de aminoácidos

- Aceites esenciales: tomillo, romero, lavanda, canela, árbol de té
- Ácido dehidroacético, glicerina y derivados: sustraen el agua del cosmético haciéndola inaccesible para los microorganismos que así no pueden proliferar (INCI glycerin)

Los ingredientes animales solo están permitidos si los animales no sufren daños. El ácido hialurónico, que antes se extraía de la cresta del gallo, ahora se produce por biotransformación.

El único color permitido es el caramelo.

NORMATIVA EUROPEA

NORMA COSMOS (Norma Cosmético Orgánico)

Sistema de certificación: reúne una marca de calidad común para Europa

Unificación de la marca orgánica: es una norma de certificación natural y orgánica para productos cosméticos.

Entró en vigor el 1 de enero de 2010.

Garantiza el **respeto** no solo por nuestra piel, sino también por el mundo que nos rodea.



La cosmética natural avanza hacia una COSMÉTICA BIO - ECO que combina:

- lo natural
- la compatibilidad con la piel
- la compatibilidad ecológica

El cosmético debe:

- Contener materias primas naturales derivadas de la agricultura biológica.
- Ser seguro para la salud.
- Evaluar la compatibilidad absoluta con la piel.
- Tener alta biodegradabilidad y un bajo impacto ambiental.

WEBGRAFÍA

<https://www.cosmos-standard.org/>

Puedes encontrar los documentos oficiales de la norma cosmos (en IT-EN-DE-FR-ES).

<https://www.natrue.org/>

Puedes encontrar las normas oficiales (en IT-EN-DE-FR-ES).

Sitios web en italiano:

<https://www.ecocert.com/it/home>

Ejemplos de tratamientos ecológicos relacionados con la actividad propuesta

Ejemplos de tratamientos ecológicos alternativos al masaje del tejido conjuntivo relacionados con la actividad propuesta:

BAÑO DE HENO

Los baños de heno son inmersiones en hierbas frescas del monte en fermentación. La terapia se denomina más propiamente **fitobalneoterapia** y tiene su origen en Trentino Alto Adige. Siguiendo antiguas costumbres, los campesinos de esta región solían descansar del cansancio del trabajo en los campos tumbados sobre lechos de heno recién cortado y por la mañana se despertaban completamente renovados y descansados.

La fama de la terapia del heno se extendió más adelante y se transformó gradualmente de un tipo de práctica puramente popular en lo que ahora es la terapia termal del heno. El primer documento que atestigua el reconocimiento de la fitobalneoterapia data de 1803 y apareció en un libro publicado por un médico alemán, el Doctor Christian HT Schreger, y titulado «Balneotechik oder Anleitung Kunstbäder zu bereiten und anzuwenden» (técnicas de baño o instrucciones para preparar o utilizar baños artificiales). El abad alemán Sebastian Kneipp era un defensor de los «baños de heno» y en 1896 describió en detalle los efectos beneficiosos de las hierbas recolectadas en los prados de las tierras altas.

Las hierbas utilizadas para las envolturas de heno crecen espontáneamente en los montes y tienen muchas propiedades curativas; se cosechan al atardecer o en las primeras horas del amanecer, antes de que se seque el rocío. Posteriormente, se colocan en grandes depósitos y se dejan macerar durante varios días en los que alcanzan una temperatura en torno a los 55 - 65 °C.

Se utilizan principalmente árnica, genciana, milenrama, hipérico, tomillo, acónito, arándano, Pulsatilla alpina y trébol. La recolección se realiza en prados donde está prohibido el pastoreo, la fertilización con materia orgánica e inorgánica y el tránsito de vehículos.

Los principios activos de estas hierbas ejercen una acción analgésica y revulsiva (enrojecimiento). La hierba se corta a unos 1500 metros sobre el nivel del mar y el mejor momento para recolectarla es entre mediados de julio y los diez primeros días de agosto. En los períodos fuera de la temporada de cosecha, la hierba se envuelve en polietileno y se comprime en fardos redondos; de esta forma, es posible conservarla manteniendo su eficacia.

Hay factores que influyen y determinan los niveles de temperatura como la composición de las hierbas, el momento de la cosecha, el tipo de empaque, la longitud de la hierba, la humedad y cómo se airean los tanques. Una humedad demasiado alta puede dar lugar a malos olores debido a la prevalencia de hongos frente a bacterias.

Los baños termales se preparan cada quince días; en el fondo, se coloca una capa de paja para que absorba el agua que produce el proceso de fermentación; encima de esta capa, se coloca otra capa de unos 50 centímetros de hierba fresca que luego se deja reposar durante cuarenta y ocho horas cubierta con tablas de madera para evitar la evaporación y permitir el calentamiento.

El tratamiento con heno consiste en inmersiones durante las cuales la temperatura sube a niveles entre 40 y 70 °C, estimulando una fuerte sudoración que continúa incluso después de finalizado el tratamiento. Los clientes se sumergen desnudos y se cubren con una capa de unos 15 - 20 centímetros de heno, solo se deja libre la prenda que los protege.

La primera inmersión dura una media de diez minutos; las siguientes, duran hasta 25 minutos. La acción terapéutica de estos baños viene dada por el calor húmedo liberado de manera uniforme y por la sudoración profusa. Al final de la inmersión, se envuelve al paciente en una manta de lana y se lo coloca por un tiempo que puede variar entre 30 y 45 minutos en una cama de reacción en una

habitación climatizada ubicada en las inmediaciones de la de los baños. La sudoración es inicialmente muy fuerte y dura incluso 4 horas. En esta fase, el paciente debe reponer los líquidos perdidos con la ingesta de bebidas e infusiones. Al final de la sesión, se suele realizar un masaje relajante. Un ciclo completo de baños de heno consta, de media, de un número de sesiones que oscila entre las ocho y las doce, que a menudo se intercalan con un día de descanso.

La temporada de baños de heno comienza a finales de julio y dura hasta finales de septiembre. El fuerte calor y el intercambio hidrosalino provocado por la sudoración dan una prolongada sensación de bienestar y la absorción de los principios activos de las hierbas da a la piel un aspecto más terso y tonificado.

Ejemplos de tratamientos tecnológicos alternativos relacionados con la actividad propuesta:

HIDROMASAJE

Como su nombre indica, el **hidromasaje** es un masaje que realiza el agua. Consiste en la liberación de aire por orificios colocados en el interior del tanque; dependiendo de la potencia con la que salga el aire, puede ser relajante o tonificante. Por lo tanto, te beneficias del masaje y de las virtudes terapéuticas del agua. Tendrá efectos tanto en el cuerpo como en la mente, mejorando significativamente la calidad de vida, ya que restaura el equilibrio y la armonía psicofísica. Por lo tanto, te beneficias del masaje y de las virtudes terapéuticas del agua. Consiste en la liberación de aire por orificios colocados en el interior del tanque; dependiendo de la potencia con la que salga el aire, puede ser relajante o tonificante. La acción básica del hidromasaje es precisamente el estímulo continuo del agua sobre la piel y el tejido subcutáneo ejercido por las burbujas y microburbujas que salen de los chorros. Y, según el tipo de tratamiento, el masaje también puede involucrar a los diferentes grupos musculares de forma más o menos profunda. Entre los beneficios inmediatos del hidromasaje se encuentra sin duda la sensación instantánea de ligereza, especialmente a nivel de los miembros inferiores. Además, la microcirculación se estimula correctamente con la consecuente reducción visible de la retención de líquidos y la celulitis. Finalmente, los beneficios sobre la tensión muscular (incluidos los dolores de cabeza por tensión muscular) y el estado de ánimo no son despreciables, especialmente si se asocia la cromoterapia al hidromasaje (con luces en el fondo de la bañera).

Los **beneficios** que se obtienen de la bañera de hidromasaje no son solo físicos sino también psicológicos. Es la mejor manera de recuperar la energía y la serenidad. El hidromasaje conduce a la relajación total y libera la mente de preocupaciones y estrés. Las endorfinas que se liberan durante un hidromasaje son útiles para eliminar el cansancio y la ansiedad; de hecho, se recomienda, por ejemplo, para aquellas personas con problemas de insomnio. Tomar un baño por la noche antes de acostarse puede resolver el problema de forma natural y favorecer el dormir con más tranquilidad. La bañera de hidromasaje no debe usarse todos los días, pero se recomienda dos o tres veces por semana. El tiempo de una sesión debe rondar los 15-20 minutos, a una temperatura óptima del agua de 37 grados. Con una temperatura más alta, se obtiene una mayor relajación, mientras que con agua más fría, un mayor efecto tónico y estimulante.

Los **beneficios del hidromasaje** son numerosos:

- Tiene un efecto de limpieza profunda sobre la piel, la fortalece y aumenta la elasticidad.
- Gracias a los potentes chorros, tiene un efecto drenante.
- El hidromasaje combate el estrés, ya que induce la relajación del cuerpo.
- Es un excelente remedio contra las molestias de espalda, cuello, pies y, sobre todo, elimina la sensación de las piernas pesadas.
- La bañera de hidromasaje realiza un masaje profundo, lo que, como consecuencia, elimina toxinas.
- Combate el reumatismo y la artrosis.

- El hidromasaje favorece la circulación sanguínea y dificulta la aparición de varices.
- Al relajar los músculos, favorece el sueño.

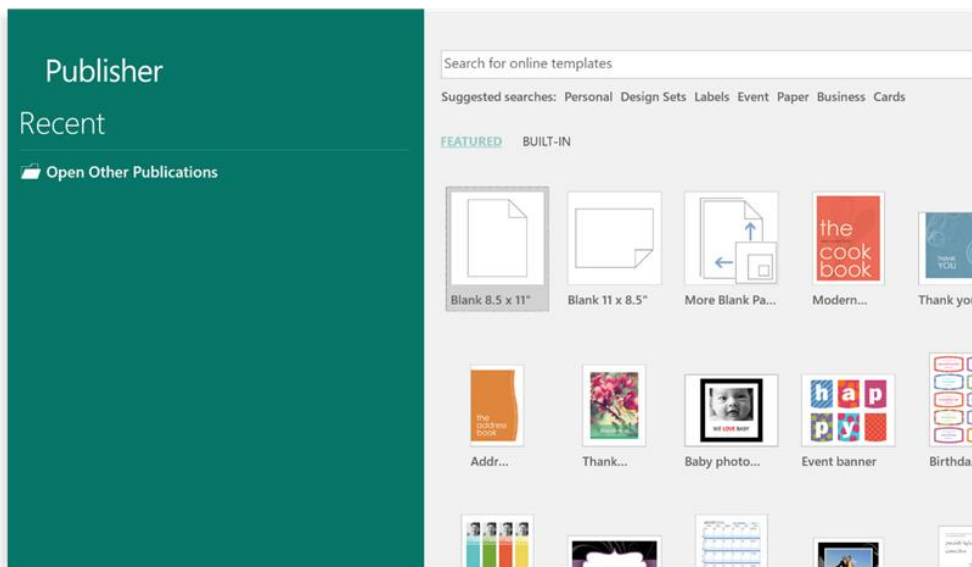
Hoy en día, existen muchos modelos de bañeras de hidromasaje, cada vez son más potentes y tienen muchas funciones, como la **chromoterapia**, que combina las virtudes del masaje con las de los colores, o la aromaterapia, que utiliza aceites esenciales.

Título del material o actividad	8. Tarea práctica: «Creación de materiales promocionales para un centro de belleza»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad tiene como objetivo mejorar las habilidades de diseño y presentación de los alumnos. En caso de que la actividad se realice en la escuela, los alumnos se pueden dividir en 2 o 3 grupos. Se le pide a cada grupo que cree materiales promocionales/publicitarios para un centro de belleza usando el programa Office - Publisher. Los grupos deben presentar el producto creado delante de la clase y del formador, explicando las razones y objetivos. Se pide a los alumnos que:</p> <p>Paso 1: lean el <i>uso de Publisher para la estética</i> y decidan qué material/producto van a crear.</p> <p>Paso 2: describan la motivación y las opciones de la estética y el contenido del material/producto a crear.</p> <p>Paso 3: presenten en la clase el material fabricado.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenador con conexión a Internet y paquete Office • Para la actividad, también se pueden utilizar otras fuentes de Internet, por ejemplo, Canvas o Adobe Acrobat, para aquellos que tengan algo de experiencia en el diseño de materiales.
Tiempo necesario	<p>10 min para leer y elegir el producto a crear</p> <p>1 hora para la elaboración, elección de contenidos y motivación del material a crear</p> <p>20 min por grupo para presentar</p>
Anexos	Uso de Publisher para la estética
Solución de la actividad	

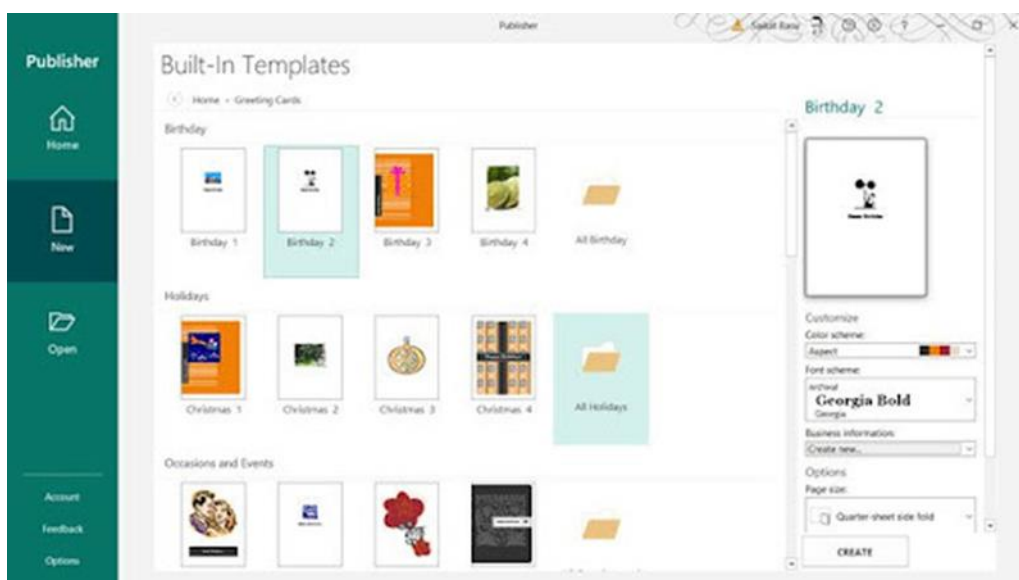
Uso de Publisher para la estética

Publisher: crear productos promocionales para el centro de belleza o spa

Microsoft Publisher es un programa de Office que permite crear documentos profesionales, como boletines, postales, folletos promocionales, invitaciones, catálogos y otros, utilizando plantillas predefinidas.

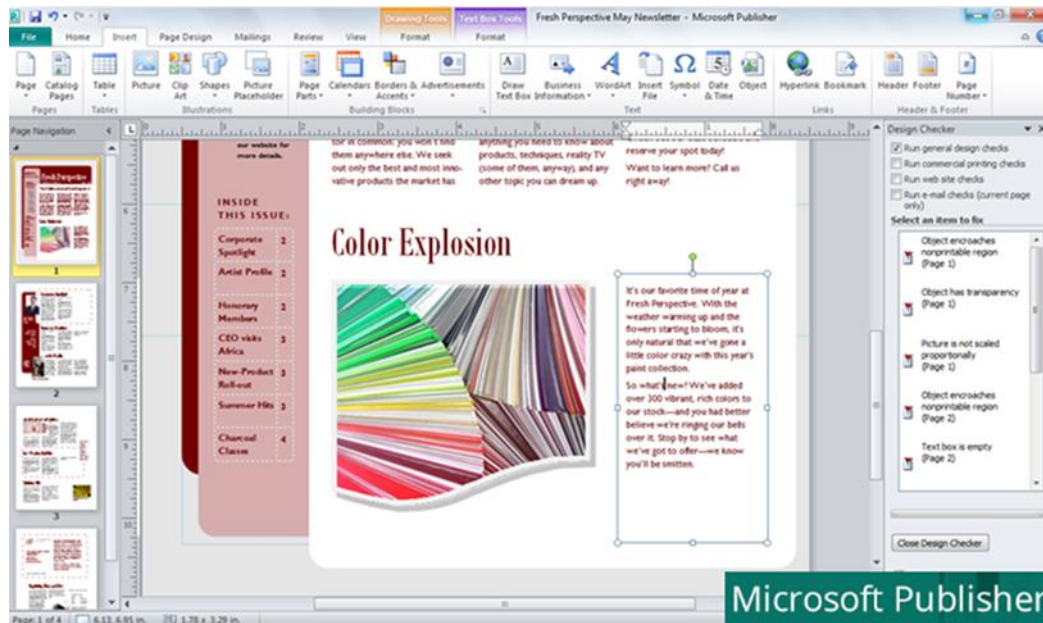


Abre el programa «PUBLISHER», luego selecciona los modelos «INTEGRADOS»:
Elige el formato que deseas usar y luego cámbialo como desees.



Se abrirá la pantalla «PLANTILLAS INTEGRADAS», con las distintas soluciones gráficas predeterminadas. En este caso, será posible realizar modificaciones posteriores (posición del texto, colores, imágenes...). Elige una.

Se abrirá la pantalla de trabajo y podrás empezar a rellenarla con los datos e imágenes de tu elección.



Recuerda que en la mayoría de modelos existe la posibilidad de cambiar el reverso de la hoja. Una vez que hayas realizado los cambios deseados, guarda el proyecto con el botón superior izquierdo (GUARDAR).

Ejercicios a proponer:

Ejemplo de **folleto desplegable**



Listino prezzi		
Epilazione		
Epilazione labbro sup.	5.00	
Sopracciglia	8.00	
Ascelle	10.00	
Inguine	5.00	
Braccia	13.00	
Gamba intera	40.00	
Mani		
Manicure	20.00	
Piedi		
Pedicure	50.00	
Massaggi		
Linfodrenaggio	70.00	
Antistress	50.00	
Connettivale	80.00	
Corpo		
Anticellulite	60.00	
Gambe leggere	50.00	
Elettrosuona	65.00	
Fanghi	50.00	
Alghè	50.00	
Trattamenti viso		
Pulizia viso	50.00	
Idratante	70.00	
Nutriente	70.00	
Equilibranti sebo	70.00	
Acne	70.00	
Anti age	80.00	
Trucco personalizzato		

Ejemplo creado por Civilform

Ejemplo de **recordatorio plegable para citas**

<p>ESTETICA EVOLUZIONE DONNA</p> <p>Orari Lunedì -Venerdì 9.00-20.00 Sabato 9.00-12.00</p>	<p>Appuntamenti Giorno _____ Ora _____</p> <p>Giorno _____ Ora _____</p> <p>Grazie per la fiducia accordataci.</p>
<p>CITTÀ..... VIA..... CAP..... TEL..... P.IVA.....</p>	

Ejemplo creado por Civilform

Otros ejemplos que puedes crear con Publisher:

- vales regalo o cupones de descuento
- folletos de eventos
- promoción de tratamientos estéticos del mes (lista)
- folleto explicativo de un tratamiento
- promoción de productos cosméticos



MASAJE CORPORAL [TRATAMIENTOS RELACIONADOS CON LOS CUIDADOS]



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



2.3		TRATAMIENTOS CORPORALES: HIDROTERAPIA, TRATAMIENTOS ANTICELULÍTICOS, AROMATERAPIA, LUMINOTERAPIA, SAUNA Y BAÑOS [TRATAMIENTO RELACIONADO CON EL BIENESTAR Y LA BELLEZA]	
Los resultados del aprendizaje se corresponden con EQF			EQF 4
Resultado del aprendizaje: Él/ella es capaz de realizar tratamientos corporales respetando las normas de higiene, eligiendo los productos y teniendo en cuenta las necesidades y deseos del cliente.			Indicadores demostrativos
Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía	
<i>Él/ella es capaz de</i>	<i>Él/ella es capaz de</i>	<i>Él/ella demuestra su capacidad de</i>	<i>Basados en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> Listar los términos técnicos sobre los procesos de tratamiento corporal. Definir procedimientos y métodos de preparación de productos funcionales a la realización de tratamientos corporales. Recordar tipos de tratamientos corporales, incl. tratamientos hidrotermales, anticelulíticos, reafirmantes, regeneradores, aromaterapia, etc. Recordar los principales tipos de tratamientos estéticos (purificantes, dermocosméticos, tonificantes, relajantes, linfodrenantes). Describir diversos 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicar procedimientos y métodos de preparación de productos funcionales para la realización de tratamientos corporales. Seguir procedimientos estandarizados para la prestación de tratamientos corporales. Utilizar parámetros para asegurar la calidad del tratamiento corporal y garantizar la satisfacción del cliente. Aplicar diversos tipos de tratamientos corporales, por ejemplo, tratamientos anticelulíticos, reafirmantes, regeneradores, aromaterapia y luminoterapia. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un tratamiento corporal (por ejemplo, exfoliaciones, mascarillas, compresas calientes y frías, vendajes, barros y arcillas, cataplasmas) considerando las indicaciones y contraindicaciones y la finalidad establecida. Personalizar las propuestas de servicio, combinando las demandas del cliente con la realización de un diagnóstico estético previo, o siguiendo las indicaciones del médico. Informar al cliente sobre los resultados del diagnóstico estético y asesorar sobre el 	<ul style="list-style-type: none"> Él/ella controla la programación diaria. Él/ella gestiona la buena relación con el cliente (recepción, durante el tratamiento, salida) y rellena la tarjeta electrónica de información del cliente. Él/ella plantea las preguntas y herramientas necesarias para analizar e identificar las necesidades estéticas del cliente. Él/ella crea un programa de tratamiento personalizado basado en las necesidades del cliente. Él/ella prepara el equipamiento necesario para el tratamiento previsto, manteniendo este equipo y las

<p>productos cosméticos y su finalidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasificar los tipos de preparados, aparatos, herramientas y accesorios utilizados en los tratamientos corporales. • Distinguir los tipos de tratamientos para los distintos tipos de clientes, incluidas las mujeres embarazadas, las personas mayores, los enfermos de cáncer, las personas con intolerancias, etc. 		<p>tratamiento más adecuado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesorar sobre cómo proceder tras el tratamiento de estética corporal en el domicilio. • Organizar, distribuir y supervisar el trabajo optimizando las instalaciones y recursos para garantizar la calidad en la prestación de los tratamientos corporales. 	<p>instalaciones en buenas condiciones higiénicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Él/ella aplica el tratamiento previsto. • Él/ella atiende a los imprevistos (alguna reacción cosmética, quejas del cliente sobre algo, etc.). • Él/ella aconseja al cliente sobre hábitos de vida saludables para mantener los efectos de los tratamientos.
<p>Instrumentos de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Demostración • Estudio de casos • Test 		

2.3 Tratamientos Corporales: Hidroterapia, Tratamientos Anticelulíticos, Aromaterapia, Luminoterapia, Sauna Y Baños [Tratamiento Relacionado Con El Bienestar Y La Belleza]

Lista de materiales / actividades

1. Tarea práctica "Creación de un plan de trabajo"
2. Tarea práctica "Creación de una ficha del cliente en formato digital"
3. Juego de rol "Atención al cliente"
4. Tarea práctica "Gestión de la fidelización de clientes a través de la actividad de economía circular"
5. Demostración / simulación "Tratamiento compacto de la celulitis"
6. Caso práctico "Tratamiento durante el embarazo y el postparto"
7. Ejercicio escrito "Medidas de seguridad y salud"
8. Tarea práctica "Recomendaciones para el cliente"

Objetivo de la unidad

Las actividades propuestas en esta unidad permiten alcanzar los resultados de aprendizaje en el área de los tratamientos corporales. El alumno será capaz de realizar estos tratamientos en buenas condiciones de seguridad e higiene, eligiendo los aparatos eléctricos más adecuados y los cosméticos específicos en función de las necesidades y deseos de los clientes. El alumno mejorará sus habilidades en el uso de las TIC para preparar documentos digitales relacionados con los tratamientos y los datos de los clientes. Asimismo, se mejorarán las habilidades de comunicación, en lengua nativa y extranjera, así como la concienciación sobre el cuidado y la protección del medio ambiente.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Gestión y procesos de apoyo
- Gestión del tiempo
- Conocimientos de las TIC
- Idiomas extranjeros
- Habilidades ecológicas

Conocimientos de higiene y seguridad adquiridos

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de materiales/recursos

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> análisis de vídeo <input checked="" type="checkbox"/> simulación <input checked="" type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input checked="" type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> estudio de caso <input type="checkbox"/> seguimiento del trabajo <input type="checkbox"/> diálogos <input checked="" type="checkbox"/> ejercicio escrito <input type="checkbox"/> otros: _____ |
|---|--|

Título del material/actividad	1. Tarea práctica "Creación de un plan de trabajo"
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>Esta actividad consiste en preparar una agenda electrónica de control de citas para los clientes, considerando que varios técnicos en diferentes cabinas pueden trabajar al mismo tiempo.</p> <p>El objetivo es mejorar las habilidades TIC de los alumnos de un salón de belleza y contribuir a las habilidades ecológicas, reduciendo el uso de papel y promoviendo las herramientas digitales.</p> <p>Para realizar la tarea, el alumno utilizará un videotutorial disponible en diferentes idiomas para mejorar las competencias en lenguas extranjeras.</p> <p>Paso 1: Ver el video tutorial para entender todo el proceso de creación de un calendario de trabajo.</p> <p>Paso 2: Seguir los pasos descritos en el videotutorial y crear el calendario de trabajo para el centro de bienestar o estética específico.</p>
Tipología de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	Materiales necesarios: <ul style="list-style-type: none"> • PC / tableta
Tiempo necesario	2 horas
Anexos	Wellness Calendar.mp4 https://drive.google.com/file/d/1ChQqew1OclRA2ctwBGKdhfzfZuizd3Fi/view
Solución de la actividad	El calendario adaptado al centro de bienestar o de estética específico.

Título del material/actividad	2. Tarea práctica "Creación de una ficha del cliente en formato digital"
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>La actividad consiste en crear una ficha del cliente, así como la información personal recogida durante la entrevista, analizando las necesidades de tratamiento corporal del cliente.</p> <p>La actividad ayudará a mejorar la destreza digital del alumno.</p> <p>Paso 1: Lectura de las instrucciones descritas en el documento "Crea tu ficha del cliente".</p> <p>Paso 2: Diseñar una ficha del cliente en el ordenador, insertando los datos pertinentes mediante tablas. Se puede completar la ficha con otros elementos como dibujos, esquemas o fotos del cliente (antes, durante y después del tratamiento).</p>
Tipología de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PC o tableta, conexión a Internet (es aconsejable pero no imprescindible) • Plantilla de la ficha del cliente
Tiempo necesario	3 horas
Anexos	Crea tu ficha del cliente
Solución de la actividad	Solución "Ficha del cliente"

CREA IL TUO FILE DI INFORMAZIONI SUL CLIENTE

Crea la tua scheda cliente con gli strumenti forniti da Microsoft Office o qualsiasi altro programma che ti permetta di progettare tabelle per file digitali e cartacei.

All'inizio, pensa all'intestazione e al piè di pagina. Puoi inserire il tuo logo nell'intestazione e il tuo indirizzo, numero di telefono, email, ad esempio nel piè di pagina.

Quindi, traccia uno schema delle informazioni che andranno all'interno del file per generare una tabella per sezione. Pensa alle colonne e alle righe necessarie per inserire le informazioni. Righe e colonne possono essere combinate, eliminate o aggiunte in qualsiasi momento, quindi se ritieni di dover aggiungere alcuni dati, puoi sempre aggiungerli in un secondo momento. Quando hai il tuo tavolo pronto, puoi rimuovere o evidenziare i bordi, aggiungere colore allo sfondo o aggiungere una filigrana all'intera pagina.

Informazioni che dovresti avere nella carta cliente:

- Dati personali del cliente.
- Centro di riferimento.
- Domande sulle informazioni necessarie in una consulenza per il trattamento del corpo.
- Misurazioni delle diverse aree corporee, peso, altezza, ecc.
- Dati per la diagnosi e il follow-up del trattamento.
- Attrezzature utilizzate, cosmetici, processi.

Foglio di accettazione del budget.

Questo è un documento molto importante che denota la serietà e l'impegno dei tuoi servizi verso i tuoi clienti.

Caselle di testo e moduli vengono utilizzati in questo documento.

Apri un documento Word e nella barra delle applicazioni, scegli l'opzione "Inserisci".

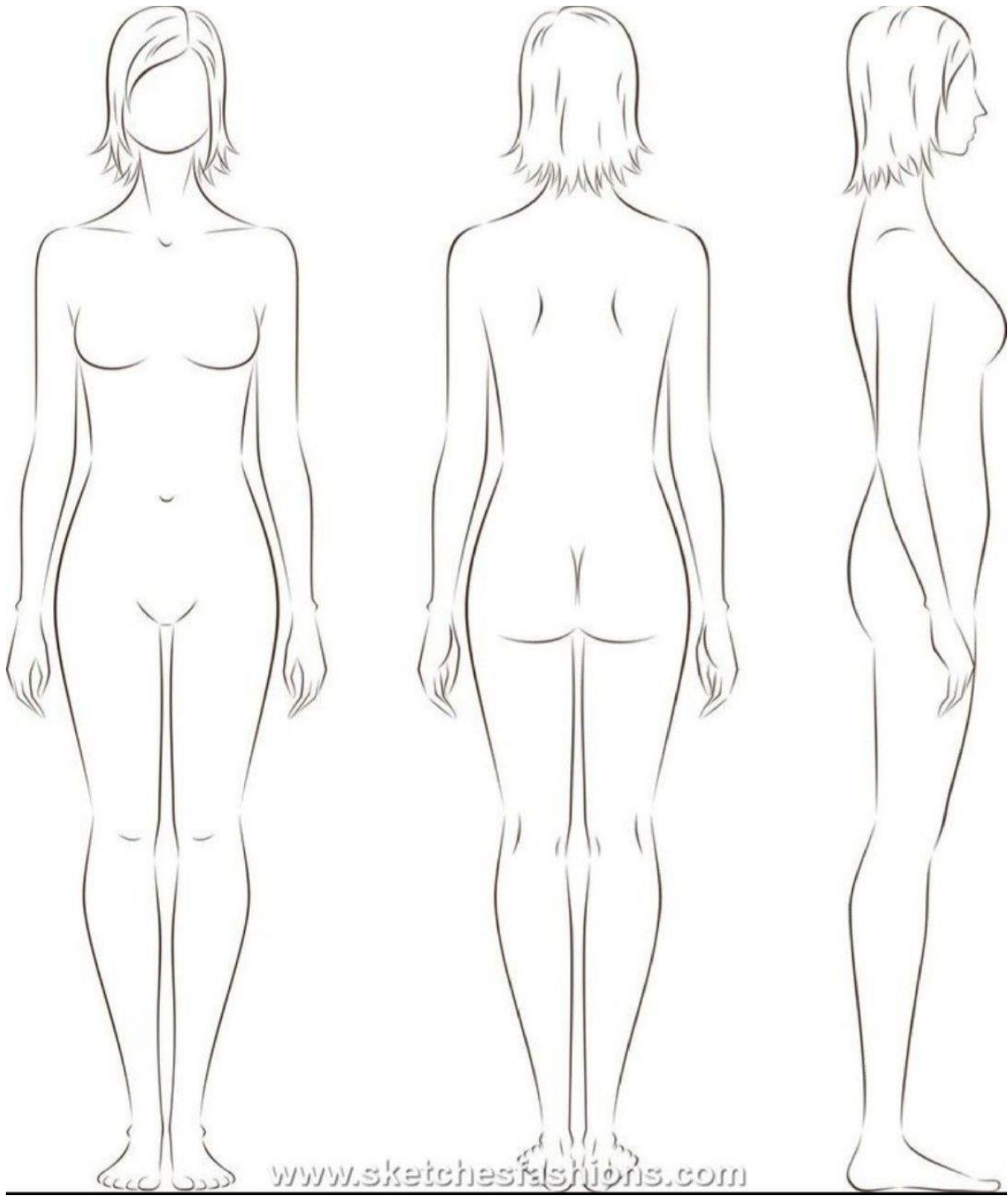
Nel menu a tendina puoi scegliere tra "inserisci casella di testo" o "moduli".

Fare clic all'interno della casella di testo per scrivere il testo e inserire le forme. Sia per la casella di testo che per le forme puoi scegliere: stile, riempimento, contorno e formato forma.

SOLUCIÓN "FICHA DEL CLIENTE"

Ficha de diagnóstico de los tratamientos corporales									
Nombre y apellidos:			Fecha:			Correo electrónico:			
Dirección:									
Teléfono		Código postal		SÍ	NO				
1-¿Se ha sometido alguna vez a un tratamiento contra la celulitis o el sobrepeso?									
2-¿Ha tenido cambios en su peso?									
3-¿Ha tenido fluctuaciones de peso en periodos cortos de tiempo?									
4-Actividad laboral									
5-Actividad física									
6-¿La hidratación con agua o líquidos es igual o superior a 2 litros?									
7-Tipo de alimentación									
8-¿Fuma?									
9-Toma algún tipo de medicamento?									
10-Intervenciones quirúrgicas									
11-Alergias conocidas (Cosméticos, alimentos, metales, medicamentos, yodo...)									
12-Padece algún tipo de trastorno de la tiroides									
13-Sufre de estreñimiento? ¿Colon irritable? ¿Enfermedad de Crohn?									
14-¿Tiene problemas de diuresis?									
15-¿Tiene un marcapasos o una prótesis metálica?									
16-¿Lleva un implante auditivo?									
17-Menopausia									
18-¿Es su ciclo menstrual normal?									
19- ¿Está amamantando?									
20- ¿Está embarazada o sospecha que lo está?									
Número de embarazos:				2 y 3			más de 4		
Menos de uno entre									
FECHA		1 Sesión	2 Sesión	3 Sesión	4 Sesión	5 Sesión	6 Sesión	7 Sesión	
	Peso KG								
	% Grasa								
	% Agua								
	Cadera								
	Cintura								

	Muslo							
	Rodilla							
	Tobillos							
Medidas								
Zonas	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha
Tobillo izquierdo/ derecho								
Rodilla izquierda/ derecha								
Cadera								
Abdomen								
Cintura								
Pecho								
Senos								
Brazo izquierdo/derecho								



Diagnóstico estético	SÍ	NO	PIERNAS	BRAZOS	PECHOS	MUCHO	POCO	<u>NADA</u>
Varices								
Rotura de capilares								
Edemas								
Retención de líquidos								
Flaccidez								
Sensación de hinchazón al final del día								
Hipertrofia								
Istrias								
Tipo de celulitis	Dura		Blanda		Edematosa			
Localización de la celulitis:								

Aparatos utilizados	Vendas frías		Vendas calientes		Envolturas de barro / algas		Hidroterapia	
	Cepillos rotativos		Diatermia capacitiva		Radiofrecuencia		Presoterapia	
	Bandas térmicas		Cavitación		Gimnasia pasiva		Vacumterapia	
Número de sesiones recomendadas:								
Frecuencia de las sesiones:								
Cosméticos utilizados:								
Observación:								
Tratamiento cosmético en casa:								

Título del material/actividad	3. Juego de rol "Atención al cliente"
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es mejorar las capacidades del alumno para comunicarse claramente con el cliente. El juego de rol puede realizarse parcialmente en lenguas extranjeras y se mejorarán también las competencias en TIC. La calidad del servicio se comprobará con una encuesta de satisfacción del cliente.</p> <p>Esta actividad tiene cinco fases de trabajo y la realizan dos personas, una con el papel de cliente y otra con el de esteticista especializada.</p> <p>Paso 1: Revisión de la documentación proporcionada en el documento (Asistencia al cliente), apoyada con las explicaciones del formador.</p> <p>Paso 2: Redacción de un guión para una simulación de atención a un cliente que requiere un tratamiento corporal. Crear una serie de preguntas y acciones que generen un feedback como en una situación real.</p> <p>Los vídeos proporcionados en la sección adjunta pueden ayudar a extraer información sobre la atención al cliente y la comunicación.</p> <p>Paso 3: Opcional, representar papeles - el alumno puede hacer el papel de esteticista según el guión preparado anteriormente, mientras que el formador u otro alumno hace el papel de cliente.</p> <p>Paso 4: Creación de una encuesta de satisfacción del cliente utilizando una propuesta de preguntas adecuadas al servicio y al tratamiento realizado. El cliente recibirá la encuesta por correo electrónico (ejemplo de encuesta de satisfacción del cliente: https://forms.gle/aXWvo3a3tvqRox6t6).</p> <p>Paso 5: Discutir y analizar el papel desempeñado. El formador da el feedback al alumno sobre el juego de rol.</p>
Tipología de actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento: Soporte al cliente • PC / Tablet
Tiempo necesario	1 hora y 30 minutos
Anexos	<p>"Atención al cliente"</p> <p>Ejemplos de conversación de gestión en diferentes situaciones durante la atención al cliente.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=kEQpZ8rMy_Y</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=hbhz678C_Qk</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=6loXLKdFD_U</p> <p>Ejemplo de encuesta de satisfacción del cliente:</p> <p>https://forms.gle/aXWvo3a3tvqRox6t6</p>
Solución de la actividad	

ATENCIÓN AL CLIENTE

La recepción debe ser acogedora para que el cliente se sienta cómodo desde el principio. Para conseguirlo, no sólo es necesario controlar la comunicación verbal, también es importante cuidar la imagen. Es muy importante escuchar al cliente en todo momento. Debemos prestar especial atención a los siguientes puntos:

- Escuchar lo que el cliente requiere y las expectativas que tiene respecto a nuestro servicio.
- Hacer preguntas breves para obtener más información.
- Aconsejar al cliente sobre el tratamiento más adecuado.



Si el cliente tiene que esperar unos minutos antes del tratamiento, es importante que la sala de espera sea cómoda y disponga, por ejemplo, de wi-fi gratuito, revistas de belleza o una televisión con vídeos de consejos. No olvides poner música relajante de fondo y una iluminación tenue. En la sala de espera también puedes utilizar la cromoterapia, con una decoración cálida, y la aromaterapia, utilizando un difusor de aceites esenciales o velas aromáticas.

Durante el tratamiento

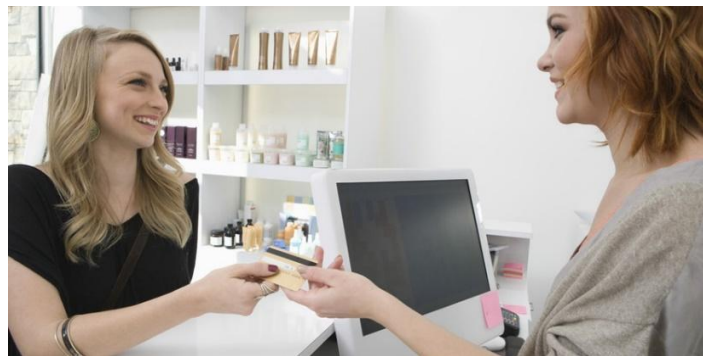
- Ajuste la temperatura de la cabina para que sea cómoda para el cliente, teniendo en cuenta el servicio que se le va a prestar.
- Pregunte al cliente qué tipo de música prefiere escuchar durante la terapia.
- Preservar siempre la intimidad del cliente al desvestirse. No entrar nunca en la cabina sin llamar antes. Prepare un lugar íntimo con total privacidad y en un ambiente tranquilo y relajante.
- Ofrezca una atención personalizada y muestre su agradecimiento. Todos queremos sentir que somos importantes. Dirijase a ellos por su nombre.
- Aproveche la oportunidad para explicar al cliente sus productos y servicios, y cómo se beneficiaría de ellos. Los clientes requerirán su servicio con frecuencia si entienden cómo y por qué sus productos y tratamientos les ofrecen los mejores beneficios.
- Ofrezca algo de beber. Tenga siempre una botella de agua y vasos en la cabina.

- Si tiene la oportunidad, recomiende a su cliente otros servicios que pueda ofrecer en el salón de belleza.



Durante la despedida

- Tómame unos minutos para hablar con cada cliente y sugerirle una próxima visita a tu salón.
- Debes tener un mensaje adecuado: un nuevo tratamiento que vas a empezar a ofrecer, una promoción que harás pronto. El mensaje debe ser informativo, no comercial.
- Si el cliente esperó más de lo necesario para ser atendido o si ha habido algún percance durante el servicio, ofrece tus más sinceras disculpas. Lo importante no es justificarse, sino hacer entender al cliente que sientes mucho que perdió el tiempo.
- Si algo ha salido mal, reduzca parte del precio del servicio cuando la ocasión lo requiera.
- Acompáñale a la puerta o a la recepción y pídele (a ti o al encargado de la recogida) una próxima cita.



Finalmente, para saber si has cumplido con todo lo anterior, debes tener un control de la opinión que tus clientes tienen de tus servicios y si realmente son satisfechos con tu salón. Si implementas el sistema de valoración automática, tus clientes recibirán un correo electrónico donde podrán expresar su opinión de forma totalmente privada. Podrán darte su opinión y revisar el nivel de los servicios realizados. Y si has conseguido que estén satisfechos con los servicios, y las reseñas son buenas, puedes compartirlo en tus redes sociales y plataformas web... Ejemplo de Formulario.

<https://forms.gle/aXWvo3a3tvqRox6t6>

Título del material/actividad	4. Tarea práctica "Gestión de la fidelización de clientes a través de una actividad de economía circular"
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es mejorar las habilidades promoviendo la fidelización de los clientes mediante eventos de sensibilización sobre temas medioambientales. El alumno practica la comunicación, las habilidades ecológicas y las TIC.</p> <p>Paso 1: Crear una promoción para publicitar y publicar el propio centro de belleza adoptando una perspectiva medioambiental.</p> <p>Paso 2: Organizar un taller en el centro de belleza con los clientes en el que se utilizarán envases y recipientes vacíos para crear nuevos productos. Así, los clientes serán conscientes de que la economía circular es un sistema económico que pretende reducir los residuos y fomentar la reutilización y el reciclaje continuos de los recursos.</p> <p>La actividad puede realizarse en inglés para mejorar la lengua extranjera del alumno.</p>
Tipología de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apuntes y lápices de papel / PC o tableta • Materiales para reutilizar
Tiempo necesario	<p>Preparación de la promoción: 4 horas</p> <p>Ejecución del evento: 2 horas</p>
Anexos	<p>Protocolo de atención al cliente</p> <p>Ejercicio "Gestión de la fidelización de clientes a través de la actividad de economía circular"</p>
Solución de la actividad	<p>Solución "Gestión de la fidelización de clientes a través de la actividad de economía circular"</p>

PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El protocolo es un conjunto de normas que debemos aplicar en nuestro trabajo para garantizar la calidad de la atención. Una buena acogida del cliente puede repercutir en su fidelización a nuestro salón de belleza.

Los protocolos deben contemplar los elementos de comunicación verbal y física que se pueden utilizar con los clientes antes, durante y después del servicio, lo que nos permite ganar su confianza y fidelidad. Todos los trabajadores deben aplicar un mismo protocolo que contemple todas las situaciones e incorpore la forma de actuar ante nuevas situaciones e imprevistos que puedan surgir. Todos los clientes deben ser tratados por igual sin distinción alguna.

RECEPCIÓN

Se recibirá a los clientes con amabilidad, sonriendo de forma cordial y educada, cuidando los gestos, las posturas, el tono de voz y el vocabulario y dirigiéndose a ellos por su nombre o apellido según el trato utilizado anteriormente (si son clientes habituales del centro).

Cuando el cliente trae abrigo y accesorios, el alumno se quedará con estas pertenencias si lo desea, preguntando, por ejemplo, "¿Me permite su abrigo, por favor?" A continuación, se acompañará al cliente a la zona donde tendrá lugar el taller de "Economía Circular". Si el cliente se encuentra en situación de diversidad funcional o discapacidad, será atendido en todo momento.

Consideraciones a atender:

- Escuchar al cliente prestando atención, sin interrumpir pero sabiendo terminar la conversación con educación.
- Mantener una actitud correcta y cordial en todo momento.

Al final del taller, el alumno y los clientes que han asistido al mismo tendrán tiempo para expresar conclusiones y sugerencias sobre la actividad (fase de feedback en la comunicación). Los clientes se traerán las manualidades realizadas durante la actividad.

Por último, el alumno entregará un regalo a los clientes como agradecimiento por su asistencia y les devolverá sus pertenencias y les ayudará si es necesario. El alumno acompañará a los clientes hasta la puerta de salida, despidiéndose con una sonrisa y deseándoles un buen día.

Ejercicio "Gestión de la fidelización de clientes a través de una actividad de economía circular"

La actividad consiste en una acción de promoción, en otras palabras, en un taller en el que se transformarán de forma creativa los envases y embalajes vacíos para darles un nuevo uso. El objetivo de este taller es, en primer lugar, implicar a los clientes en la concienciación de la Economía Circular y, en segundo lugar, fidelizarlos con el centro de belleza a través de una actividad atractiva y divertida.

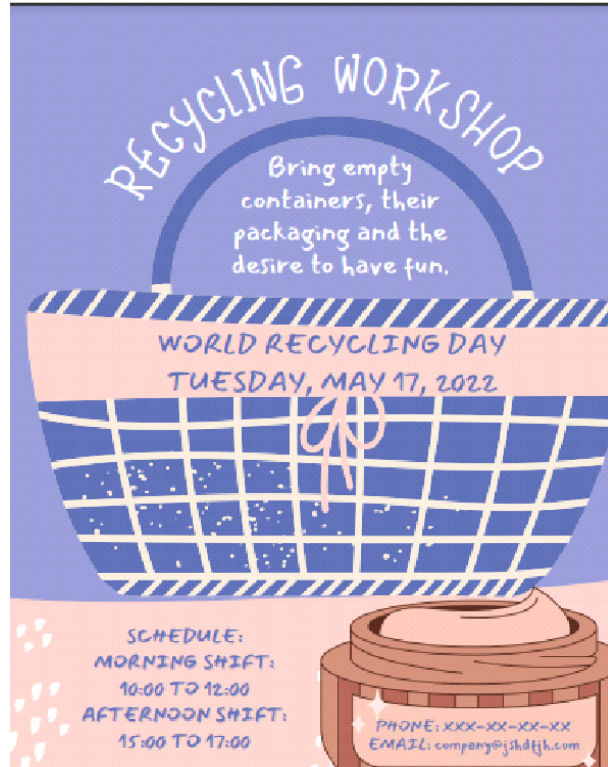
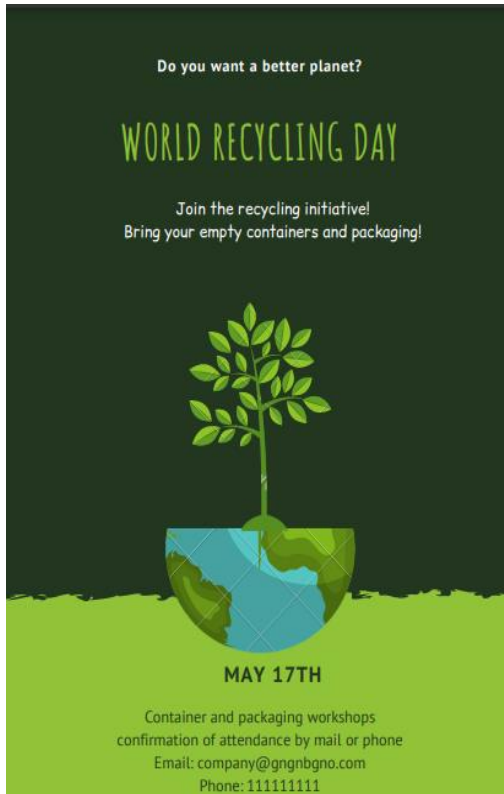
El alumno debe demostrar los conocimientos adquiridos sobre la Economía Circular, así como las habilidades en la promoción de los servicios del centro de belleza, la atención al cliente y la fidelización del mismo.

Solución "Gestión de la fidelización de clientes a través de una actividad de economía circular"

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD:

1. Desarrollo de una promoción de fidelización de clientes en el Día Mundial del Reciclaje (17 de mayo), ofreciendo un taller de reciclaje de envases y embalajes vacíos.
La comunicación a los clientes se realizará a través del correo electrónico (Ver ejemplos de carteles y vídeo promocional en el Anexo I).
2. Los clientes traerán sus envases y embalajes vacíos, y el centro de estética aportará el material necesario para el taller (envases y embalajes, papel reciclado, etc.). Asimismo, se proporcionará un espacio con mesas de trabajo que permitan el correcto desarrollo de la actividad. Es conveniente disponer de mesas plegables que se puedan guardar fácilmente y que ocupen poco espacio.
3. El alumno recibirá a los clientes con especial atención (Ver ejemplo de Protocolo de Atención al Cliente "Gestión de Clientes" doc) y una vez acomodados en las mesas de trabajo, el alumno explicará los fundamentos de la Economía Circular (Ver ejemplo de charla en "Ejecución de la actividad" doc).
Se propondrán actividades similares para realizar a lo largo del año, como por ejemplo para conmemorar el Día del Planeta, el Día Mundial del Agua, el Día Internacional de la Madre Tierra, el Día Mundial del Medio Ambiente, etc.

Crea tu propia pancarta, folletos o vídeos.



<https://youtu.be/vp7fnn6RBO0>
Skills for Wellness promotional video

PONENCIA: CONCEPTO Y FILOSOFÍA DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Buenos días/tardes queridos clientes:

Hoy vamos a realizar un taller de sensibilización para la protección y el cuidado del medio ambiente. Comenzaremos hablando del significado de la Economía Circular y de la importancia de su aplicación en la vida cotidiana, aunque seguro que ya contribuís a ello.

Como sabéis, la Economía Circular es un concepto económico directamente relacionado con la sostenibilidad, y cuyo objetivo es que el valor de los productos, materiales y recursos se mantenga en la economía durante el mayor tiempo posible, minimizando los residuos; además de reducir el consumo y el desperdicio de materias primas, agua y fuentes de energía.

Todos los procesos de fabricación de bienes o servicios implican un coste medioambiental. Para minimizarlo, la Economía Circular promueve la optimización de materiales y residuos, alargando su vida útil. De este modo, se evita el actual sistema lineal de desecho y se apuesta por otro respetuoso con el medio ambiente y basado en la prevención, la reutilización, la reparación y el reciclaje.

En definitiva, la Economía Circular permite alargar la vida útil de los productos y darles una segunda vida.

A continuación, voy a proyectar un vídeo didáctico editado por el Parlamento Europeo sobre la Economía Circular:

<https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios>

Terminaré la exposición aportando algunas ideas para cuidar el medio ambiente evitando la generación de residuos en nuestros salones de belleza:

- Utilizar envases ecológicos de gran tamaño para rellenar pequeños envases reutilizables de jabón de manos, desinfectante de manos, desinfectante de superficies, etc. Una vez terminada su vida útil, se pueden utilizar para hacer algún tipo de manualidad.
- Valorar el uso de material reutilizable y desechable (utensilios, lencería, entre otros).
- Controlar el uso de la iluminación, el aire acondicionado, la calefacción, manteniéndolos apagados cuando no sean imprescindibles.

Si tienes alguna duda o quieres aportar tus opiniones sobre el reciclaje, eres bienvenido.

Después, comenzaremos el taller:

NOTAS:

- El material sugerido será proporcionado por el centro de belleza y será suficiente para 4 manualidades de cada tipo. Se incluirán algunos frascos extra por si algún cliente los necesita.
- Los vídeos de las manualidades están dirigidos al alumno, que los probará antes de la actividad con los clientes.
- Si el enlace no conecta directamente con el vídeo, recuerda copiarlo en una nueva página de google y se accederá sin dificultad.

10 IDEAS CON BOTELLAS. MANUALIDADES FÁCILES

<https://youtu.be/JWX4u07b9No>

MATERIAL IDEA 3:

4 Frasco de vidrio o plástico

1 Pincel

- 1 Tijeras
- 8 Servilletas de papel decoradas
- 1 Cola líquida
- 1 Esmalte de uñas transparente o a base de agua, brillante o mate
- 1m de cinta de tela fina

MATERIAL IDEA 4:

- 4 Tarro de cristal
- 1 Tijeras
- 4 Globo
- 1 Pintura roja en spray

MATERIAL IDEA 5:

- 4 Tarro de cristal
- 1 Tijeras
- 1 Caja de cartón (hoja, caja para reutilizar)
- 1 Bobina de hilo de coser
- 4 Aguja
- 1m de tela estampada
- 1 Rollo pequeño de algodón
- 1m de cinta de tela fina

MATERIAL IDEA 6:

- 4 Tarro de cristal
- 1 Tijeras
- 1 Pintura en spray roja
- 1 Pintura en spray dorada
- 1 Rollo de papel transparente adhesivo
- 1m de cinta de tela fina
- 4 Cadenas de 30 cm de luces LED que funcionan con pilas

Título del material/actividad	5. Demostración / simulación "Tratamiento compacto de la celulitis"
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>La actividad consiste en realizar un tratamiento anticelulítico compacto adaptado a las necesidades de los clientes con la supervisión de un formador. Esta actividad mejorará las técnicas profesionales y la práctica de los procesos de gestión y apoyo y la gestión del tiempo y las habilidades de comunicación.</p> <p>Esta actividad se desarrollará en tres fases de trabajo:</p> <p>Paso 1: Realización del tratamiento de celulitis compacta por parte del formador mientras el alumno observa el proceso.</p> <p>Paso 2: Preparación de los ajustes por parte de los alumnos y realización del tratamiento, observando el procedimiento por parte del formador.</p> <p>Paso 3: Realización de una encuesta de satisfacción del cliente mediante una propuesta de preguntas adecuadas al servicio y al tratamiento realizado.</p> <p>Paso 4: Entrega del feedback al alumno por parte del formador, teniendo en cuenta cómo se ha realizado el tratamiento y los resultados de la encuesta de satisfacción del cliente.</p> <p>El simulacro puede realizarse en inglés, para mejorar la lengua extranjera del alumno.</p>
Tipología de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Documento: Tratamiento de la celulitis ● Ficha del cliente ● Papel/ PC <p>Equipamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Material desechable, esponjas, bol, aplicador ● Cosméticos y productos necesarios para el tratamiento ● Aparatología estética: equipos de radiofrecuencia de vacío y presoterapia ● Cualquier equipo de prevención de enfermedades infecciosas en base a la legislación vigente
Tiempo necesario	<p>Las actividades se desarrollan en 3 horas y 30 minutos:</p> <p>1 hora y 30 min para la fase de observación.</p> <p>1 hora y 30 min para la fase de ejecución del alumno.</p> <p>Intercambio/debate: 30min</p>
Anexos	<p>Tratamiento corporal de la celulitis</p> <p>Ficha del cliente (véase la actividad n.2)</p>
Solución de la actividad	

TRATAMIENTO CORPORAL DE LA CELULITIS

INTRODUCCIÓN

Los tratamientos anticelulíticos favorecen la mejora de la circulación sanguínea y linfática, la reducción de los nódulos fibrosos y la eliminación del exceso de grasa en el tejido adiposo, además de conseguir un aspecto más suave de la piel.

Conocer el tipo y el estadio de la celulitis ayuda a determinar el protocolo de tratamiento adecuado:

- **Indicaciones para la celulitis blanda:**
Activos regeneradores.
Masaje estético anticelulítico.
Terapia de radiofrecuencia.
- **Indicaciones para la celulitis compacta o dura:**
Activos lipolíticos y regeneradores.
Masaje anticelulítico y drenaje linfático. Envolturas de barro.
Ionización de activos anticelulíticos (gimnasia pasiva).
Terapia de radiofrecuencia.
Equipos y técnicas: vacumterapia, presoterapia, rodillos, infrarrojos, etc.
- **Indicaciones para la celulitis edematosa:**
Activos vasotónicos y rubefacientes (agente que pretende enrojecer la piel)
Vendas frías.
Masaje circulatorio estético.
Drenaje linfático manual.
- **Indicaciones de prevención y mantenimiento:**
Principios activos que favorecen la circulación sanguínea y linfática.
Masajes estéticos corporales, según casos, masaje circulatorio.
Drenaje linfático manual.
Envolturas y lodos.
Deben evitarse las altas temperaturas en los tratamientos anticelulíticos cuando el cliente presenta problemas circulatorios importantes.

Cosméticos utilizados en los tratamientos anticelulíticos

Los cosméticos específicos para los tratamientos anticelulíticos se presentan en soluciones ionizables, sérums, geles y lociones, aceites esenciales y fangos. Las sustancias o principios activos más importantes son:

- **Sustancias flebotónicas y antiedematosas.** Sustancias que mejoran el flujo sanguíneo microcirculatorio; por ejemplo, extractos de rusco, hiedra, abedul y castaño de Indias.
- **Sustancias lipolíticas.** Sustancias que reducen los depósitos de lípidos localizados en los adipocitos; por ejemplo, L- carnitina, cafeína, teofilina, lipasas y amilasas, compuestos yodados, extractos de fucus y guaraná.
- **Sustancias regeneradoras.** Sustancias que contrarrestan los cambios en el tejido conectivo; por ejemplo, los mucopolisacáridos que aumentan el intercambio celular, eliminan los líquidos retenidos, reducen el volumen de los adipocitos. Otros oligoelementos activos son el magnesio, el zinc y el cobre, que favorecen la síntesis de elastina y colágeno.
- **Sustancias rubefacientes.** Sustancias que actúan sobre el tejido conjuntivo, activando la circulación periférica de la zona afectada y el metabolismo local; por ejemplo, el mentol, el alcanfor y los nicotinatos de metilo y alfa-tocoferol. Este cosmético debe aplicarse con vendas

frías para combatir la flacidez y eliminar la grasa, al tiempo que se estimula la circulación periférica. El tiempo de exposición es de 20 a 30 minutos.

Técnicas y equipos para los tratamientos corporales de la celulitis

- **Aplicación de lodos, barros, algas y carcasas. Se necesitarán los siguientes instrumentos:**
Papel camilla.
Láminas de plástico envolventes.
Cepillo especial para el cuerpo, de 6 u 8 cm de ancho.
- **Técnicas manuales. Se necesitarán los siguientes instrumentos:**
Masaje con el guante de crin siempre que no se trate de pieles sensibles. Técnica de limpieza para preparar la piel y mejorar el nivel de absorción de los cosméticos y principios activos del tratamiento.
Peeling o exfoliación corporal. Elimina la suciedad y las células muertas, aporta oxígeno y nutrientes a los tejidos.
Masaje estético manual.
Aplicación de sérum o ingredientes hidratantes. Son específicos para cada tipo de piel.
Envolturas de algas, parafina y parafina.
Vendas frías.
- **Equipos de electroestética para tratamientos de celulitis:**
Cepillos giratorios. Potencian y eliminan el cosmético exfoliante.
Manta eléctrica. Proporciona calor. Se coloca sobre las envolturas para mantener la temperatura y potenciar los efectos del cosmético aplicado.
Terapia de RF por vacío. Utiliza la succión y la presión para liberar los fluidos de las células grasas que causan la celulitis y junto con las energías de Radiofrecuencia para crear un calentamiento superficial y profundo de las fibras del tejido conectivo, las fibras de colágeno dérmico y las células grasas.
Terapia de infrarrojos. Proporcionan calor, lo que favorece la absorción de los activos cosméticos.
Equipos de vibración. Es el complemento del masaje manual.

Selección del tratamiento anticelulítico más adecuado.

- Se consideran las características y expectativas del cliente para proponerle el tratamiento más adecuado. Se registran todos los datos e información recibidos en la ficha técnica del cliente.
- Se establece el protocolo de tratamiento con las técnicas y cosméticos adecuados, indicando el número de sesiones que serán necesarias y teniendo en cuenta los efectos, indicaciones y contraindicaciones de todas las técnicas estéticas (terapias electroestéticas, manuales y cosméticas). La reducción de la celulitis se verá incrementada cuando las esteticistas combinen diferentes técnicas en sucesivas citas del cliente.
- El tratamiento corporal durará entre 60 y 90 minutos. La cita programada tiene que incluir todo el proceso y un retraso podría causar la insatisfacción del cliente. La primera cita será más larga, en cuanto el análisis y los registros de datos llevarán más tiempo (35-40 min). La gestión del tiempo es clave para un buen y profesional servicio en el sector de la estética.

Contraindicaciones generales

Las envolturas corporales deben evitarse si el cliente tiene cáncer, fiebre, afecciones infecciosas de la piel, piel frágil, rota o quemada por el sol, reacción alérgica, tejido cicatricial reciente (menos de 6 semanas) o está embarazada.

Las envolturas deben evitarse si el cliente tiene infarto o debilidad cardíaca, presión arterial marcadamente alta o baja (no controlada), vasos sanguíneos coronarios constreñidos, tiroides hiperactiva, trastornos sanguíneos como la hemofilia, infección general grave o fiebre, alteraciones de los riñones y órganos asociados, claustrofobia o está embarazada.

La terapia de RF al vacío está absolutamente contraindicada si el cliente se encuentra en una de las siguientes situaciones: embarazo, lactancia, VIH/SIDA, cáncer (en todas sus formas), sometido a quimioterapia o inmunoterapia, inmunodeficiencia, lupus, hipertensión arterial (no controlada), diabetes (no controlada), cicatrices queloides, pigmentación excesiva, inflamación de las venas, prednisona y otros medicamentos con esteroides (el tratamiento aumentará la inflamación), peelings químicos y rejuvenecimiento con láser, quemaduras solares.

Asimismo, existen contraindicaciones parciales para la terapia de RF al vacío. Si el cliente se encuentra en una de las siguientes situaciones puede no ser adecuado para el tratamiento: cirugía reciente (espere 6 meses), cicatrices recientes (espere 6 meses), lesiones abiertas (evite la zona), enfermedades de la piel (evite la zona), infección (evite la zona), antibióticos (es necesario que termine el tratamiento), inflamación (evite la zona), venas varicosas (evite la zona), prótesis/implantes de silicona (evite la zona), implantes/tornillos metálicos (evite la zona), bobina anticonceptiva metálica (evite la zona), cremas depilatorias (espere 2 semanas), zonas que se estén tratando con IPL o láser (espere 2 semanas), zonas tratadas con botox® (esperar 3 meses) o rellenos dérmicos (esperar 2 semanas), bronceado (debe evitarse el sol durante todo el régimen de tratamiento), inflamación crónica (dependiendo de la gravedad de las condiciones inflamatorias crónicas - considere que el tratamiento aumentará la inflamación y los medicamentos antiinflamatorios reducen la eficacia del tratamiento - por favor, coméntelo primero con su médico).

La presoterapia no se recomienda en caso de flebitis, varices, insuficiencia renal, hepática o cardíaca, trombosis venosa profunda, diabetes o embarazo.

FASES DEL TRATAMIENTO COMPACTO DE LA CELULITIS

Fase 1

Preparar el área de trabajo con los productos y el equipo. Realización de procedimientos de limpieza, desinfección y esterilización antes, durante y después del tratamiento, y preparación de contenedores para el reciclaje de envases u otros residuos:

- Productos para la identificación y evaluación (diagnóstico) del problema estético: loción antiséptica, toallitas húmedas, toallas desechables, guantes, mascarilla, toallita auxiliar caliente.
- Preparación de la camilla con una sábana protectora desechable y de los aparatos en muebles auxiliares específicos.

Recogida de datos del cliente. Los datos personales, anatómicos, fisiológicos y aquellos detalles que puedan ser relevantes o interesantes se incluirán en la ficha del cliente.

- Informar al cliente de dónde debe desvestirse y depositar la ropa y proporcionarle pareo, zapatillas y ropa interior desechable, así como un paño o gorro de papel desechable para proteger el cabello.
- Proporcionar almohadillas o soportes específicos para conseguir una posición cómoda para el cliente y una toalla grande para cubrir el cuerpo.

Identificación y evaluación del problema estético. El procedimiento para realizar las medidas corporales es el siguiente:

- Valoración global (5 minutos): con el cliente de pie se valorará la constitución y postura corporal, la presencia de sobrepeso, obesidad, celulitis, etc. Si es necesario, se tomarán fotos para valorar la evolución tras la aplicación de los servicios.
- Mediciones antropométricas mecánicas (15 minutos): las mediciones se realizan siempre en la misma posición y condiciones. El alumno calculará el peso con una báscula y el perímetro con una cinta métrica. Se debe registrar en milímetros o centímetros con un mínimo de dos decimales. Existen otras herramientas que permiten obtener un asesoramiento estético eficaz, por ejemplo un impedanciómetro, una termografía o un calibrador de grasa corporal. El impedanciómetro es una herramienta profesional no invasiva que permite un análisis muy fiable de la grasa corporal, la masa magra y otros fluidos corporales en pocos minutos. La termografía de contacto se basa en el uso de placas de cristal líquido microencapsuladas que tienen la propiedad de cambiar de color al variar la temperatura. Colocando estas placas sobre el cuerpo es posible detectar la temperatura de la piel (que refleja lo que ocurre en los tejidos subyacentes) y, por tanto, poner de manifiesto, mediante imágenes en color, la presencia o ausencia de los signos típicos de la celulitis y el tipo de adiposidad en diversas partes del cuerpo. El calibrador de grasa corporal es una técnica de medición de la grasa corporal que se realiza mediante el uso de un instrumento que detecta los pliegues de la piel en zonas específicas del cuerpo.
- Exploración manual y visual (5 minutos): con el cliente tumbado en la camilla, el alumno valorará la presencia de telangiectasias, varices, edemas, zonas de flacidez, hidratación de la piel, etc.
- Análisis de los resultados (10 minutos): se registrarán los datos obtenidos en la ficha del cliente y se propondrá un tratamiento y recomendaciones para el mantenimiento en casa; productos, consejos y cuidados específicos.

Paso 2

Procedimiento de limpieza de la piel del cuerpo. Es muy importante limpiar la zona del cuerpo que será tratada con cosméticos específicos para el tipo de piel del cliente. Este paso es muy importante para conseguir una mejor absorción de los cosméticos anticelulíticos.

- Aplicar una pequeña cantidad de exfoliante corporal realizando fricciones amplias y ascendentes, concentrándose en las zonas celulíticas. Se pueden utilizar las manos, guantes exfoliantes o un cepillo limpiador exfoliante corporal. La preparación de la piel para la aplicación del producto puede realizarse también con un cepillo para pieles secas.
- El cliente estará primero en posición supina para tratar el escote, los brazos, el estómago y el abdomen, los muslos, las rodillas, las piernas, los tobillos y los pies, y después en posición prona para limpiar las piernas, los muslos, las nalgas y la espalda. Se observa el aspecto de la piel durante el proceso y, si se enrojece o se irrita demasiado, se debe retirar el producto inmediatamente.
- Se retira el exfoliante y se aclara la piel con agua tibia, utilizando un guante de rizo húmedo o con una toalla húmeda caliente, según el tipo de piel.
- Las zonas limpias y secas se cubrirán con una toalla seca.

Paso 3

Envoltura corporal anticelulítica de barro de algas. Este es un tratamiento muy eficaz para desintoxicar, descongestionar y eliminar la apariencia de la celulitis. El barro y la arcilla tienen un alto contenido natural de minerales y nutrientes, que pueden favorecer la curación, aliviar la inflamación y ofrecer protección. Las altas concentraciones de magnesio, calcio y potasio pueden ayudar a reducir la apariencia de la celulitis.

- Después del paso 1, aplique una capa gruesa y uniforme del barro de algas directamente en las zonas celulíticas del cuerpo. Envolver el cuerpo con una sábana de plástico y la manta térmica durante 20 minutos.
- Retirar la manta térmica y la sábana. Retirar el barro con manoplas de rizo empapadas en agua tibia. Aplicar un suero anticelulítico o un cosmético fluido con maniobras de masaje. Esto ayudará a eliminar el exceso de residuos del cuerpo, además de suavizar, alisar y tonificar la piel.
- Cubra al cliente con una toalla grande o una manta y déjelo descansar unos minutos.

Paso 4

Terapia de vacío por radiofrecuencia. Los dispositivos mecánicos o basados en la energía que aprovechan la potencia de diversas fuentes como el láser, la luz, la radiofrecuencia y las ondas acústicas han sido ampliamente probados para el tratamiento de las adiposidades localizadas y/o la laxitud de la piel. El uso de la succión al vacío con tecnología de radiofrecuencia, llamada terapia de RF al vacío, ha demostrado ser eficaz para reducir la apariencia de la celulitis.

Esta terapia se utiliza para combatir la grasa difícil de eliminar y con hoyuelos que suele encontrarse en los muslos, las rodillas, las nalgas, el estómago y la parte superior de los brazos. Se crea un vacío alrededor de la zona, levantando la celulitis lejos del músculo, favoreciendo así el flujo sanguíneo, estimulando el drenaje linfático y amplificando los efectos del masaje o el ejercicio, junto con energías de radiofrecuencia para crear un calentamiento superficial y profundo de las fibras del tejido conectivo, las fibras de colágeno dérmico y las células grasas.

Estas energías ablandan el tejido conjuntivo y estimulan la producción de nuevo colágeno para mejorar la elasticidad y la resistencia de la piel. Al crear un recambio celular, la piel parece más firme y más joven.

Los resultados incluyen una reducción localizada de la laxitud de la piel, un aumento del volumen dérmico y una mejora de la textura y la estructura de la piel.

- Tras finalizar el tratamiento de envoltura de barro y con la piel del cliente limpia, aplique crema adelgazante o gel refrigerante en las zonas con celulitis.
- Elija el mango de RF con vacío según las diferentes partes tratadas. Normalmente, los mangos de RF de 8 polos con vacío son para tratamientos corporales.
- Ajuste la intensidad de la RF según los diferentes clientes y las diferentes zonas de tratamiento.
- Ajuste la intensidad del vacío (rango de 10 a 80 Kpa) y el modo eligiendo el tiempo de succión y liberación.
- Mantenga un estrecho contacto entre la sonda y la piel y comience a trabajar.
- Trabaje con el cabezal de vacío de RF durante 15-20 minutos, moviendo el mango en movimientos en espiral sobre el cuerpo.

Paso 5

Presoterapia. La presoterapia puede ayudar parcialmente a reducir la celulitis al impulsar la circulación y el drenaje linfático, lo que aumenta la eficacia de otros tratamientos anticelulíticos que se centran en la eliminación de la grasa de la celulitis y el estiramiento de la piel.

La aplicación de la presoterapia inmediatamente después de la terapia de radiofrecuencia al vacío puede aumentar en cierta medida la eficacia del tratamiento al acelerar el transporte de la grasa liberada por los adipocitos (células grasas) fuera de los tejidos celulíticos.

Contrariamente a la creencia popular, la grasa que no se elimina de una zona después de un tratamiento lipolítico (de liberación de grasa) contra la celulitis, suele ser reabsorbida por los adipocitos, lo que disminuye la eficacia del tratamiento. Dado que la presoterapia ayuda a evitar esta reabsorción, es el complemento perfecto de todos los demás tratamientos anticelulíticos, en cuanto

aumenta su eficacia. La presoterapia actúa inflando unas estructuras neumáticas particulares (vejigas) que tienen una perfecta correspondencia anatómica, envolviendo las extremidades y el abdomen. Las vejigas son accionadas por un compresor electrónico con el fin de crear una onda peristáltica que se mueve en dirección distal-proximal (desde la planta del pie hasta los muslos) con el fin de promover el flujo de fluidos.

El cliente sentirá una sensación de presión que no debería sentirse como un dolor.

Los candidatos ideales para los tratamientos de presoterapia son las personas con retención de líquidos, las que necesitan un drenaje linfático para desintoxicar el cuerpo, las que quieren perder peso o remodelar su cuerpo, las que padecen linfedemas en los miembros inferiores, las que se han sometido a una intervención quirúrgica (fases pre y postquirúrgica) y las que se han sometido a un tratamiento combinado de medicina estética.

- Tras finalizar la terapia de radiofrecuencia por vacío, proporcionar al cliente pantalones protectores desechables con pie, cerrados en la parte inferior y con cintura elástica.
- Coloque las estructuras neumáticas con los tubos conectados sobre una superficie plana para que el cliente pueda tumbarse sobre ella en posición supina. A continuación, envolver el traje de presoterapia alrededor del cliente: las piernas, la sección media o los brazos, según la zona del cuerpo que se vaya a tratar. No se recomienda drenar todo el cuerpo a la vez.
- Seleccionar los parámetros del tratamiento en función de las necesidades del cliente: se pueden seleccionar programas con diferentes tipos de compresión, la intensidad del tratamiento (aumentar siempre la intensidad de menos a más para evitar lesiones y comprobar que la intensidad es la adecuada durante el tratamiento), especificar el tiempo del tratamiento (el tiempo máximo recomendado es de 30-45 min).
- Comenzar el tratamiento. Una vez iniciado el tratamiento no olvide dar al cliente el "botón de autoparada".
- Una vez finalizado el tratamiento, detenga la máquina y retire el pantalón neumático de forma cómoda y sencilla. El tratamiento de presoterapia puede utilizarse dos veces por semana.

Tenga cuidado de no apretar demasiado la bolsa de aire, para evitar que los usuarios se lastimen cuando el aire es demasiado fuerte. Durante la sesión es necesario comprobar con el cliente que la presión del aire es la adecuada. Se recomienda al cliente que beba mucha agua antes y después del tratamiento. El cuerpo puede sentirse ligero después, y anecdóticamente, algunas personas sienten que tienen que orinar de inmediato, lo que podría deberse al movimiento del agua en el cuerpo.

Paso 6

Al final del tratamiento, el cliente recibirá una encuesta de satisfacción para evaluar la calidad del proceso. Después, se acompaña al cliente a la recepción y se recomienda los cosméticos para el mantenimiento en casa y los hábitos de vida saludables. Fijar una cita en la agenda para la siguiente sesión.

Título del material/actividad	6. Caso práctico "Tratamiento durante el embarazo y el postparto"
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>Esta actividad se centra en clientes especiales, ajustando los tratamientos a las necesidades que tienen. anexo 1</p> <p>El alumno comprenderá los elementos esenciales para aplicar el tratamiento correcto al cliente.</p> <p>Esta actividad se desarrollará en tres fases:</p> <p>Fase 1: Lectura del documento del caso práctico.</p> <p>Paso 2: Establecimiento de una propuesta de tratamiento para el cliente.</p> <p>Paso 3: Recapitulación y discusión de los beneficios y contraindicaciones del tratamiento seleccionado.</p>
Tipología de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de caso: Tratamiento posparto • Apuntes y lápices de papel / PC o tableta
Tiempo necesario	<p>Lectura del caso: 5 min</p> <p>Ejecución del caso: 1 hora y 30 min</p>
Anexos	<p>"Tratamiento estético corporal durante el embarazo y el postparto"</p> <p>Caso práctico "Tratamiento durante el embarazo y el postparto"</p>
Solución de la actividad	<p>Solución "Tratamiento durante el embarazo y el postparto"</p>

TRATAMIENTOS ESTÉTICOS CORPORALES DURANTE EL EMBARAZO Y EL POSPARTO

El embarazo provoca los principales cambios corporales que experimentan las mujeres durante su madurez sexual. El cuerpo de la mujer sufre muchas transformaciones durante este periodo. Algunos de estos cambios físicos son visibles, como la ampliación del vientre y el aumento de peso, mientras que otros son bien conocidos, como el aumento del tamaño del útero, las náuseas matutinas y los dolores de espalda.

Los cambios hormonales y fisiológicos que conlleva el embarazo son únicos. Las mujeres embarazadas experimentan un aumento repentino y espectacular de estrógenos y progesterona. Asimismo experimentan cambios en la cantidad y función de otras hormonas.

Esta fluctuación hormonal puede inducir cambios de pigmentación en la zona que rodea los pezones y



la piel de la cara interna de los muslos; los genitales y el cuello pueden oscurecerse, y puede aparecer una línea oscura desde el ombligo hasta el pubis (línea nigra).

Otros cambios estéticos son las manchas oscuras en la cara (cloasma), las estrías que suelen aparecer en el abdomen, los pechos, las caderas, las nalgas y los muslos, causadas por el estiramiento de la piel, o el aumento de las venas de las piernas (varices) debido a que el útero ejerce una mayor presión sobre estas venas.

Los cambios endocrinos asociados al embarazo estimulan la acumulación de grasa corporal principalmente en la zona del abdomen y en los senos. Este peso adicional y la gravedad ralentizan la circulación de la sangre y los fluidos corporales, especialmente en las extremidades inferiores. Como resultado, las mujeres embarazadas retienen líquidos y experimentan hinchazón en la cara y las extremidades.

Tras el parto, se producen otros cambios hormonales que inician un duro periodo de recuperación para el cuerpo. Por lo general, las mujeres presentan un exceso de piel en el abdomen, llamado "vientre flácido postparto", músculos de la pared abdominal estirados y separados, bolsas persistentes de exceso de grasa, estrías en el estómago, flacidez, pérdida de tono muscular.

1. CAMBIOS EN EL CUERPO DE LA MADRE DURANTE EL EMBARAZO

Durante el embarazo, el cuerpo de la madre experimenta algunos cambios bastante importantes para poder gestar y hacer crecer a los bebés. Las hormonas inundan el cuerpo y la piel, los músculos y los órganos deben estirarse y crecer para dar cabida al bebé en crecimiento.

Pigmentación

- La hiperpigmentación de la piel durante el embarazo es muy común, principalmente en las mujeres de piel oscura. El oscurecimiento de la piel puede afectar a manchas cutáneas como cicatrices y pecas, puede afectar a los pezones y a la zona que los rodea (la areola), a los genitales externos o a las zonas de mayor fricción, como la axila o la parte interior de los muslos (ingle). Las zonas oscurecidas casi siempre se aclaran tras el parto, pero pueden tardar meses y en algunas mujeres no desaparecen por completo.
- El melasma es un trastorno de la piel en el que los melanocitos (células productoras de color) de la piel producen un pigmento extra por alguna razón. En el embarazo, suele denominarse cloasma o "máscara del embarazo". Puede aparecer en forma de manchas oscuras, marrones y en forma de confeti en la piel. Esta decoloración suele ser simétrica y es más común en las mejillas y la nariz, pero también se encuentra en la frente y el labio superior. La exposición al sol hace que la máscara del embarazo sea más pronunciada. Usa un protector solar de amplio espectro con un FPS de 30 o superior en la cara todo el día, todos los días.

Cabello y uñas

Durante el embarazo se notan algunos cambios en el cabello y las uñas.

- Debido a las hormonas del embarazo, es probable que la futura madre tenga una melena mucho más abundante de lo habitual. Esto se debe a que un mayor número de folículos pilosos permanecen en la fase anágena durante periodos más largos debido a los cambios hormonales y vuelven a la fase telógena a los 3-6 meses del parto con un descenso repentino de los niveles hormonales. Esto da lugar a una caída excesiva del cabello conocida como efluvio telógeno posparto.
- El crecimiento excesivo de vello, llamado hirsutismo, es muy común en las mujeres embarazadas. Muchas mujeres embarazadas lo notan en la barriga o en otras zonas donde normalmente no tienen mucho pelo. Aunque puede ser una molestia estética, el vello extra suele ser inofensivo y probablemente desaparecerá después del parto.
- Las uñas crecen más rápido de lo normal durante el embarazo. Las hormonas adicionales pueden hacer que crezcan más rápido y se vuelvan más fuertes. Sin embargo, algunas mujeres descubren que sus uñas se parten y se rompen más fácilmente durante el embarazo. Al igual que los cambios en el cabello, los cambios en las uñas no son permanentes.

Actividad de las glándulas sudoríparas y sebáceas

La actividad de las glándulas ecrinas y sebáceas suele aumentar durante el embarazo, pero la actividad de las glándulas apocrinas disminuye. El aumento de la actividad de las glándulas sebáceas favorece el agrandamiento de los tubérculos de Montgomery, que son pequeñas pápulas en las areolas que proporcionan lubricación a los pezones y areolas para la lactancia.

Cambios vasculares

Los principales cambios vasculares relacionados con el embarazo son el aumento del gasto cardíaco, la ampliación del volumen sanguíneo y la reducción de la resistencia vascular sistémica y la presión arterial. Estos cambios contribuyen al crecimiento y desarrollo óptimos del feto y ayudan a proteger a la madre de los riesgos del parto, como las hemorragias.

- Los angiomas de araña son similares a las varices en cuanto están causados por vasos sanguíneos dilatados. Sin embargo, los angiomas de araña se producen en los pequeños vasos sanguíneos que se encuentran justo debajo de la superficie de la piel. Los angiomas de araña aparecen como líneas rojas elevadas que se ramifican desde un punto central. No suelen ser dolorosos, pero a algunas personas no les gusta su aspecto. La mayoría de las veces desaparecen después del parto.
- Las varices son venas dilatadas que parecen cordones retorcidos, y pueden ser rojas, azules o del color de la piel. Suelen aparecer en las piernas, pero pueden aparecer en la vulva, lo que se conoce como varices vulvares. Las varices aparecen con más frecuencia durante el embarazo que en otros momentos. Pueden aparecer durante todo el embarazo, pero pueden empeorar durante el tercer trimestre. En esta etapa las hormonas hacen que las venas se dilaten para poder transportar más sangre.
- Algunas mujeres desarrollan rojeces en las palmas de las manos (eritema palmar) durante el embarazo. En algunos casos, las zonas rojas pican. Se cree que el eritema palmar está causado por el aumento de los niveles de estrógeno durante el embarazo. El problema no es grave y suele desaparecer poco después del parto.
- Algunas mujeres sufren hinchazón durante el embarazo. La hinchazón durante el embarazo es normal porque el cuerpo produce aproximadamente un 50% más de sangre y fluidos corporales para satisfacer las necesidades del bebé en desarrollo. La hinchazón normal, llamada edema, se produce en las manos, la cara, las piernas, los tobillos y los pies. La hinchazón repentina en la cara y las manos o alrededor de los ojos puede ser una señal de alarma de una enfermedad grave llamada preeclampsia. La preeclampsia es una hinchazón excesiva que va acompañada de otros síntomas, como presión arterial alta y niveles elevados de proteínas en la orina.

Tejido conectivo

- Durante el embarazo, las influencias hormonales, la genética y el estiramiento físico de la piel pueden alterar el tejido conjuntivo dérmico y dar lugar a la aparición de estrías denominadas distensas. Alrededor del 77-99% de las mujeres embarazadas desarrollan estrías distensivas, principalmente en el sexto y séptimo mes de embarazo, y son uno de los cambios más comúnmente descritos durante el embarazo. Las estrías aparecen como bandas atróficas de color rosa o púrpura a lo largo de las líneas de tensión de la piel, normalmente en los pechos, el abdomen, las caderas, las nalgas y los muslos. Con el tiempo, las estrías se vuelven más pálidas y menos perceptibles, pero no desaparecen del todo. El estiramiento físico de la piel y las mucosas durante este periodo puede afectar al cuero cabelludo, al prurito abdominal, anal o vulvar.
- Las dermatosis cutáneas específicas del embarazo incluyen un grupo heterogéneo mal definido de erupciones cutáneas pruriginosas que sólo se observan en el embarazo. Entre ellas se encuentran la erupción atópica del embarazo, la erupción polimorfa del embarazo, el penfigoide gestacional y la colestasis intrahepática del embarazo. La erupción atópica del embarazo es el más común de estos trastornos. La mayoría de las erupciones cutáneas se resuelven después del parto y sólo requieren un tratamiento sintomático. El picor leve en el embarazo es normal en la mayoría de los casos. También es frecuente: alrededor del 20% de las mujeres tienen picores en la piel durante el embarazo, especialmente alrededor del vientre y los pechos, en cuanto la piel se estira para adaptarse a su crecimiento. Además, los cambios en los niveles hormonales pueden provocar sequedad y descamación en la piel. Pero todo esto

se puede aliviar fácilmente con el uso de una buena loción hidratante y calmante contra los picores.

2. TRATAMIENTOS ESTÉTICOS SEGUROS

Aunque los cambios estéticos que se producen durante el embarazo son temporales en la mayoría de los casos, pueden ser angustiosos para la madre. Por ello, el deseo de someterse a procedimientos estéticos puede aumentar durante este periodo. En general, la mayoría de los procedimientos y agentes estéticos se consideran seguros durante el embarazo, aunque la salud de la madre y del feto debe ser lo más importante.

Los siguientes tratamientos están indicados para las mujeres embarazadas:

- Tratamientos faciales de limpieza profunda. Se trata de tratamientos faciales básicos que incluyen elementos como exfoliación, mascarillas e hidratación. Las limpiezas faciales profundas son seguras y pueden hacer maravillas para reducir los niveles de grasa.
- Masaje prenatal para mejorar la circulación.
- Cosméticos hidratantes, humectantes y productos para reparar y revertir la piel.

Contraindicaciones

Durante el embarazo es importante evitar:

- Masajear ciertas partes del cuerpo, como el vientre o las piernas.
- Recibir tratamientos con láser u otras energías, principalmente en el vientre.
- Aceites esenciales o cosméticos muy concentrados.

3. TRATAMIENTO ESTÉTICO POSTPARTO

Se recomienda no aplicar ningún tratamiento estético postparto en las primeras 8 semanas después del parto natural. El parto por cesárea, en cambio, es muy diferente de un parto vaginal y las mujeres tienen que esperar 3-4 meses antes de recibir cualquier tratamiento estético.

El objetivo de estos tratamientos es remodelar el cuerpo, mejorar la elasticidad cutánea y aumentar el tono muscular, principalmente en la región abdominal.

Necesidades estéticas de las mujeres posparto:

- Perder peso reduciendo la grasa acumulada en la región abdominal, muslos, caderas y glúteos.
- Aumentar el tono en el músculo abdominal y glúteos y reducir la flacidez abdominal mejorando la elasticidad de la piel en la zona.
- Reducir las estrías desarrolladas durante el embarazo.
- Remodelar el pecho después de la lactancia.
- Reducir las cicatrices después de una cesárea.

Caso práctico "Tratamiento durante el embarazo y el posparto"

Una mujer de 35 años que ha tenido su segundo hijo y hace dos meses acude a su centro de estética y requiere un tratamiento postparto. Está interesada en recuperar la piel y la forma del cuerpo. Presenta acumulación de grasa en abdomen, caderas y glúteos, así como flacidez abdominal y varias estrías.

También pregunta por tratamientos estéticos seguros para el embarazo porque su hermana está embarazada de 4 meses y le gustaría regalarle un tratamiento por su cumpleaños.

Dada la información, analice el caso y recomiende un tratamiento específico para el abdomen y los miembros inferiores y los glúteos. El tratamiento tiene que incluir 3 sesiones con diferentes técnicas, utilizando la información proporcionada en el anexo. Además, redacte un breve informe con los tratamientos seguros para el embarazo.

Solución "Tratamiento durante el embarazo y el posparto"

Estos tratamientos tratarán de prevenir las alteraciones causadas por el embarazo.

- **Pigmentación:** Utilizar protección solar, en cuanto la exposición a los rayos ultravioleta (UV) del sol desencadena el melasma e intensifica los cambios de pigmentación. Utiliza un protector solar de amplio espectro (protección contra los rayos UVA y UVB) con FPS 30 o superior todos los días, incluso cuando no haga sol, y vuelve a aplicarlo a menudo durante el día si estás al aire libre. La exfoliación puede realizarse cada 10-15 días según el tipo de piel.
- **Estrías:** Mantén una piel suave y flexible para prevenir las estrías utilizando cremas y lociones hidratantes. Además, las cremas hidratantes ayudan a disminuir el picor. Una crema hidratante fisiológica es útil. Intenta no utilizar parafina en la piel, en cuanto puede obstruir los poros de la piel.
- **Cambios vasculares y linfáticos:** El drenaje linfático es menos agresivo que cualquier otro masaje. Sus movimientos suaves y repetitivos ayudan a activar el sistema linfático y a estimular el drenaje de la linfa, las toxinas, las grasas y los líquidos circundantes que preceden a los residuos del sistema circulatorio. El objetivo es evitar el estancamiento de líquidos, que en el embarazo puede causar edema (hinchazón) y reducir la inflamación mejorando la circulación sanguínea.
- **Sobrecarga muscular:** El dolor lumbar relacionado con el embarazo es una queja común entre las mujeres embarazadas. Las terapias de masaje en la espalda son beneficiosas para las embarazadas, en cuanto mejoran la oxigenación de los músculos y los tejidos blandos y reducen la tensión muscular y el estrés.
- **Pies, manos y uñas:** El peso adicional que supone llevar un bebé puede provocar frecuentemente diversas afecciones relacionadas con los pies de las mujeres embarazadas. Una de las más comunes es el dolor y la hinchazón de los pies, que son consecuencia del exceso de líquidos. El exceso de líquido en el cuerpo y la presión del útero en crecimiento pueden causar hinchazón (o "edema") en los tobillos y los pies. Las uñas pueden romperse, desgarrarse y partirse más fácilmente durante el embarazo. Mantén las uñas limpias, secas y cortas y utiliza una buena crema hidratante. Las manos pueden tratarse con cremas que proporcionan una mezcla de complejos hidratantes y de alivio de la piel como la manteca de karité, el aceite de argán, la cera de grano gastado, etc, que son rápidas y eficaces para aliviar el picor en la piel irritada de las manos.

1. TRATAMIENTO POSPARTO ABDOMINAL

Técnicas cosméticas

- Aplicar exfoliante químico o físico para eliminar las células muertas de la piel y facilitar la penetración/permeabilización de los principios activos cosméticos.
- Aplicar ingredientes cosméticos ionizados en formato suero o gel con efectos reforzantes/reductores.
- Aplicar spray tónico y lociones emolientes directamente sobre la piel.
- Aplicar cosméticos enriquecidos en principios activos regeneradores, como vitamina A, C, E, colágeno y elastina hidrolizados, extractos vegetales, etc.
- Aplicar cosméticos enriquecidos en ingredientes activos reductores de la celulitis como la cafeína, la L-carnitina, la teofilina, el Fucus vesiculosus, el guaraná, etc.

Técnicas hidrotermales

- Ducha y vapor

- Envolturas corporales de barro y algas

Técnicas estéticas manuales

- Masaje reductor de tratamiento corporal
- Drenaje linfático manual

Técnicas estéticas basadas en la energía

- Galvanización: El uso de estas corrientes eléctricas estimula la circulación sanguínea y linfática, aumenta la actividad de las glándulas secretoras y mejora la contracción muscular. En cosmetología se utiliza.
- Electroestimulación: Mejora la contracción y relajación muscular y estimula la circulación sanguínea y el metabolismo celular. Además, la electroestimulación activa la movilización y la reducción de la adiposidad en el tejido subcutáneo.
- Lontoforesis estética: El flujo de corriente hace que los iones contenidos en el principio activo del cosmético penetren rápidamente en la piel, a través de los poros y los bulbos pilosos, y por lo tanto se depositen en la zona específica a tratar.
- Radiofrecuencia capacitiva y resistiva: Esta corriente facilita la penetración/permeabilización de los principios activos y mejora el metabolismo celular. Activa la movilización y reducción de la adiposidad en el tejido subcutáneo.
- Terapia de luz LED: El tratamiento utiliza diferentes longitudes de onda de luz para activar los procesos naturales de curación de la piel para repararla. La luz LED roja, por ejemplo, puede mejorar las cicatrices y los signos de envejecimiento, como las arrugas. Puede hacerlo actuando sobre los fibroblastos, que son las células de la piel responsables de la producción de colágeno. La luz LED azul reduce la actividad de las glándulas sebáceas, que son pequeñas glándulas productoras de grasa en la piel. Esta reducción de la actividad hace que las glándulas produzcan menos grasa, lo que puede mejorar los síntomas del acné. La luz azul puede eliminar un tipo de bacteria que contribuye al acné al causar inflamación.
- Terapia láser: Existen numerosos tipos de láser que emiten diferentes longitudes de onda de energía en diferentes intervalos para tratar diferentes problemas. Las aplicaciones estéticas de los láseres no ablativos son eficaces para estimular los metabolismos celulares, eliminar las estrías, reducir el enrojecimiento de la piel, suavizar las líneas de expresión, etc.
- Plataforma vibratoria o máquina de vibración de cuerpo entero: Utiliza las vibraciones de todo el cuerpo para obligar a los músculos a contraerse de forma refleja, lo que ayuda a perder grasa, construir músculo y fortalecerse.
- Presoterapia: Potencia la circulación y el drenaje linfático y la reducción de líquidos, grasas y toxinas.

1.1. Ejemplo de las fases del tratamiento posparto abdominal

Fase 1

Preparar el área de trabajo con los productos y el equipo. Realización de procedimientos de limpieza, desinfección y esterilización antes, durante y después del tratamiento, y preparación de contenedores para el reciclaje de envases u otros residuos:

- Productos para la identificación y evaluación (diagnóstico) del problema estético: loción antiséptica, toallitas húmedas, toallas desechables, guantes, mascarilla y toallita auxiliar caliente.
- Preparación de la camilla con una sábana protectora desechable y de los aparatos en muebles auxiliares específicos.

Recogida de datos del cliente. Los datos personales, anatómicos, fisiológicos y aquellos detalles que puedan ser relevantes o interesantes se incluirán en el expediente de información del cliente.

- Informar al cliente de dónde debe desvestirse y depositar la ropa y proporcionarle pareo, zapatillas y ropa interior desechable, así como un paño o gorro de papel desechable para proteger el cabello.
- Proporcionar almohadillas o soportes específicos para conseguir una posición cómoda para el cliente y una toalla grande para cubrir el cuerpo.

Identificación y evaluación del problema estético. El procedimiento para realizar las mediciones corporales es el siguiente:

- Valoración global (5 minutos): con el cliente de pie se valorará la constitución y postura corporal, la presencia de sobrepeso, obesidad, celulitis, etc. Si es necesario, se tomarán fotos para valorar la evolución tras la aplicación de los servicios.
- Mediciones antropométricas mecánicas (15 minutos): las mediciones se realizan siempre en la misma posición y condiciones. El alumno calculará el peso con una báscula y el perímetro con una cinta métrica. Se debe registrar en milímetros o centímetros con un mínimo de dos decimales. Existen otras herramientas que permiten obtener un asesoramiento estético eficaz, por ejemplo un impedanciómetro, una termografía o un calibrador de grasa corporal. El impedanciómetro es una herramienta profesional no invasiva que permite un análisis muy fiable de la grasa corporal, la masa magra y otros fluidos corporales en pocos minutos. La termografía de contacto se basa en el uso de placas de cristal líquido microencapsuladas que tienen la propiedad de cambiar de color al variar la temperatura. Colocando estas placas sobre el cuerpo es posible detectar la temperatura de la piel (que refleja lo que ocurre en los tejidos subyacentes) y, por tanto, poner de manifiesto, mediante imágenes en color, la presencia o ausencia de los signos típicos de la celulitis y el tipo de adiposidad en diversas partes del cuerpo. El calibrador de grasa corporal es una técnica de medición de la grasa corporal que se realiza mediante el uso de un instrumento que detecta los pliegues de la piel en zonas específicas del cuerpo.
- Exploración manual y visual (5 minutos): con el cliente tumbado en la camilla, el alumno valorará la presencia de telangiectasias, varices, edemas, zonas de flacidez, hidratación de la piel, etc.
- Análisis de los resultados (10 minutos): se registrarán los datos obtenidos en la ficha del cliente y se propondrá un tratamiento y recomendaciones para el mantenimiento en casa; productos, consejos y cuidados específicos.

Paso 2

Procedimiento de limpieza de la piel del cuerpo. Es muy importante limpiar y exfoliar la zona del cuerpo que será tratada con cosméticos específicos para el tipo de piel del cliente. Este paso es muy importante para conseguir una mejor absorción de los cosméticos específicos.

Paso 3

Aplicación de las técnicas estéticas basadas en la energía en el siguiente orden:

- Radiofrecuencia Monopolar Capacitiva en zona abdominal. Esta técnica reduce drásticamente la flacidez de la piel y aumenta la robustez de la misma, reduciendo también las estrías.



- Tratamiento corporal de masaje reductor mediante un cosmético enriquecido en activos reductores de grasa como la cafeína. Este masaje ayuda a eliminar la acumulación de grasa localizada en el abdomen. Asimismo, favorece la expulsión de toxinas, beneficia la circulación sanguínea y mejora el sistema digestivo. Este masaje se realiza con mayor intensidad para liberar la grasa del músculo. Reafirma y tonifica los músculos, y combinado con los otros tratamientos propuestos ayuda a reducir significativamente el tamaño del cuerpo.



- Estimulación muscular eléctrica. La corriente eléctrica estimula la compresión de los músculos abdominales mediante fuerzas motrices o impulsos eléctricos. Estimular los músculos abdominales repetidamente con electricidad puede dar como resultado unos músculos con mejor tono y fuerza.



- Tratamiento de máscara de envoltura corporal. Utilización de una envoltura corporal que contiene extracto de algas de *Laminaria digitata* como ingredientes activos. Esta alga tiene una acción anticelulítica y reductora, además de garantizar un aspecto suave y una piel sana. Después de aplicar la mascarilla, cubra la piel con una envoltura de plástico, vendas de mylar o una vieja sábana de algodón para aumentar la eficacia de la mascarilla.



- Loción corporal hidratante: La hidratación debe ser la última parte del tratamiento, utilizando una loción formulada según las necesidades del cliente.

1.2. TRATAMIENTOS POSTPARTO DE MIEMBROS INFERIORES Y GLÚTEOS

El peso adicional ganado durante el embarazo provoca alteraciones en los miembros inferiores, como problemas circulatorios, edemas y microvarices. La celulitis y la acumulación de grasa en el muslo, los glúteos y, a veces, en el interior de las rodillas, también aparecen en el embarazo.

La selección del tratamiento más adecuado debe incluir técnicas centradas en la mejora de la circulación sanguínea y linfática y la eliminación de la acumulación de tejido adiposo y la celulitis.

Los equipos de electroestética para estos tratamientos pueden ser la terapia de cavitación ultrasónica y la presoterapia.

La cavitación ultrasónica rompe los depósitos de grasa en el cuerpo y reduce la celulitis, mejorando la forma y el contorno del cuerpo y reduciendo la circunferencia.

La presoterapia puede ayudar parcialmente a reducir la celulitis al impulsar la circulación y el drenaje linfático, lo que aumenta la eficacia de otros tratamientos centrados en la eliminación de la grasa y el estiramiento de la piel.

1.2.1. Fases de los tratamientos postparto de miembros inferiores y glúteos

Fase 1

Preparación del área de trabajo con productos y equipos.

Recogida de datos del cliente.

Identificación y evaluación del problema estético.

Fase 2

Procedimiento de limpieza de la piel del cuerpo.

Fase 3

- Aplicación de un exfoliante físico, como un scrub, para eliminar las células muertas de la piel y facilitar la penetración/permeabilización de los principios activos cosméticos.
- **Aplicación de técnicas estéticas basadas en la energía en el siguiente orden:**

Cavitación:



Estimulación muscular eléctrica:



Presoterapia:



Título del material/actividad	7. Ejercicio escrito "Medidas de seguridad y salud"
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>El objetivo de esta tarea es recoger la información que el alumno tiene sobre los aspectos más relevantes en materia de seguridad e higiene.</p> <p>Paso 1: Recibir la plantilla con el ejercicio y escribir las respuestas correctas.</p> <p>Paso 2: Comparar las respuestas propias con la plantilla de soluciones.</p> <p>Paso 3: Discutir las respuestas correctas con el formador para asegurarse de que se han comprendido correctamente los principales aspectos de la seguridad y la higiene.</p>
Tipología de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantilla de ejercicios con preguntas • Notas de papel y lápices / PC o tableta
Tiempo necesario	30 minutos
Anexos	Medidas de salud y seguridad Ejercicio "Medidas de salud y seguridad"
Solución de la actividad	Solución "Medidas de salud y seguridad"

Medidas de seguridad y salud

Medidas de protección profesional

- Uniforme
- Guantes
- Mascarilla médica
- Materiales desechables
- Protección de cualquier lesión con apósitos

Medidas de protección del cliente

- Materiales útiles y desechables
- Desinfección y esterilización de los útiles
- Tipo de cosméticos y posibles reacciones o intolerancias
- Bata desechable, tanga, bóxer y cobertura con toalla para el frío

Prevención de accidentes y reacciones adversas

Cómo debemos actuar ante reacciones irritativas al aplicar los cosméticos:

- Lavarse con abundante agua fría, nunca caliente ni aplicar aceites, pastas o desinfectantes.
- Retirar inmediatamente el cosmético responsable de la reacción.
- Aclarar con agua y secar con un apósito estéril.
- No aplicar cremas o medicamentos sobre la lesión.
- No continuar el trabajo con otro cosmético.
- Acudir al médico.

Seguridad e higiene en el uso de aparatos eléctricos:

- Comprobar el voltaje, vigilar el estado de los cables, no conectar demasiados aparatos en el mismo enchufe.
- No manipular con las manos mojadas
- No desconecte el aparato tirando del cable, siga las instrucciones de limpieza y mantenimiento del fabricante.
- En caso de avería, llame al servicio técnico y no manipule el aparato.
- Utilice un paño humedecido con un detergente neutro o una solución limpiadora no agresiva, teniendo cuidado de no mojar la instalación eléctrica.
- En caso de accidente con un aparato eléctrico, se debe cortar la corriente. Separe a la persona del medio conductor de la electricidad, cable, enchufe o aparato.
- Nunca intente separar a la víctima sin desconectar la electricidad.
- A continuación, se seguirá el procedimiento de primeros auxilios.

Ejercicio "Medidas de seguridad y salud"

- 1) ¿Cuáles son las medidas de protección de la salud y la seguridad de la esteticista y del cliente que cumplirse?
- 2) ¿Qué debe hacer la esteticista ante una reacción de irritación inesperada a un cosmético?
- 3) ¿Qué normas de seguridad e higiene deben adoptarse antes, durante y después del tratamiento estético con aparatos eléctricos?

Solución "Medidas de seguridad e higiene"

1) ¿Cuáles son las medidas de protección de la salud y la seguridad de la esteticista y del cliente que deben cumplirse?

Protección profesional.

- Uniforme
- Guantes
- Materiales desechables
- Protección de las lesiones con apósitos

Medidas de protección del cliente

- Materiales útiles y desechables
- Desinfección y esterilización de los útiles
- Tipo de cosméticos y posibles reacciones o intolerancias
- Bata desechable, tanga, bóxer y cubrirse con una toalla para el frío

2) ¿Qué hace la esteticista ante una reacción de irritación inesperada a un cosmético?

- Lavarse con abundante agua fría, nunca caliente ni aplicar aceites, pastas o desinfectantes.
- Retirar inmediatamente el cosmético responsable de la reacción.
- Aclarar con agua y secar con un apósito estéril.
- No aplicar cremas o medicamentos sobre la lesión.
- No continuar el trabajo con otro cosmético.
- Acudir al médico.

3) ¿Qué normas de seguridad e higiene deben adoptarse antes, durante y después del tratamiento estético con aparatos eléctricos?

- Comprobar la tensión, vigilar el estado de los cables, no conectar demasiados aparatos en el mismo enchufe.
- No manipular con las manos mojadas,
- No desconecte el aparato tirando del cable, siga las instrucciones de limpieza y mantenimiento del fabricante.
- En caso de avería, llame al servicio técnico y no manipule el aparato.
- Utilice un paño humedecido con un detergente neutro o una solución limpiadora no agresiva, teniendo cuidado de no mojar la instalación eléctrica.
- En caso de accidente con un aparato eléctrico, es necesario cortar la corriente. Separe a la persona del medio conductor de la electricidad, cable, enchufe o aparato.
- Nunca intente separar a la víctima sin desconectar la electricidad.

A continuación, se seguirá el procedimiento de primeros auxilios.

Título del material/actividad	8. Tarea práctica "Recomendaciones para el cliente"
Presentación / Descripción de las etapas de la actividad	<p>Esta actividad se centra en la evaluación de las características del cliente registradas en la ficha del cliente y en la formulación de recomendaciones sobre cuidados cosméticos y hábitos de vida saludables.</p> <p>Paso 1: Recibir la plantilla con el ejercicio y preparar el documento.</p> <p>Paso 2: Comparar el propio documento con la información relacionada en el folleto "Recomendaciones para el cliente".</p> <p>Paso 3: Comentar la información con el formador.</p>
Tipología de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Recursos necesarios / equipamiento / herramientas	<p>Materiales necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notas de papel y lápices • Plantilla de ejercicios • PC o tableta
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	Recomendaciones de hábitos saludables Ejercicio "Recomendaciones para el cliente"
Solución de la actividad	Solución "Recomendaciones para el cliente"

RECOMENDACIONES DE HÁBITOS SALUDABLES

Los hábitos de vida saludables, junto con una correcta alimentación y el cuidado de los cosméticos, son esenciales para la eficacia de cualquier tratamiento estético.



Evitar:

- El estrés, en cuanto las catecolaminas -adrenalina y noradrenalina- intervienen en el metabolismo de los lípidos y en la retención de agua. Es frecuente la asociación de la celulitis con un fondo de ansiedad y angustia.
- Una vida sedentaria, que agrava la celulitis.
- El estreñimiento, debido a la acumulación de sustancias de desecho.
- Anticonceptivos orales, en cuanto los estrógenos aumentan la actividad de los adipocitos.
- Ropa ajustada (pantalones, calcetines, medias, cinturones) y zapatos de tacón alto que dificultan la circulación y provocan retención de líquidos. Pueden utilizarse ocasionalmente, pero no con regularidad.
- Calor excesivo: exposición al sol, saunas, baños muy calientes.
- Una mala postura de la columna vertebral, sobre todo en la zona lumbar, desplaza el centro de gravedad del cuerpo hacia delante y los músculos de las pantorrillas tienden a contraerse, dificultando la circulación de retorno y agravando la celulitis en los muslos y las nalgas
- Estar sentado, de pie o cruzar las piernas durante muchas horas, en cuanto dificulta la circulación. Es aconsejable caminar cada hora durante unos minutos y contraer y relajar los músculos de los glúteos y el abdomen.

Es recomendable:

- Practicar deporte con regularidad. Los ejercicios aeróbicos como la natación, el patinaje, la carrera, la bicicleta, etc. aceleran el metabolismo, mejoran el tono muscular y activan la circulación sanguínea. Realizar técnicas de relajación.
- Exfoliar e hidratar/nutrir regularmente las zonas afectadas por la celulitis para favorecer la penetración de los cosméticos de tratamiento.
- Aplicar regularmente un producto anticelulítico, masajeando con movimientos circulares en sentido ascendente, desde el tobillo hacia la cintura.
- Beber suficiente agua, de 1,5 a 2 litros al día, para eliminar los residuos del cuerpo.
- Seguir una dieta rica en fibra, verduras, ensaladas, frutas - que reduce la absorción de lípidos y evita el estreñimiento.
- Consumir alimentos ricos en yodo, para regular el metabolismo: algas, ajo, mero, acelgas, judías verdes...
- Consumir alimentos depurativos: apio, espárragos, cebolla, piña, etc.
- Para la ingesta diaria de proteínas, elige preferentemente las de origen vegetal.
- Mastique bien los alimentos.
- Seguir los horarios regulares de las comidas.

Ejercicio "Recomendaciones para el cliente"

El alumno tiene que preparar en el ordenador o la tableta un folleto o tarjeta explicativa para informar al cliente sobre las recomendaciones.

El alumno puede utilizar cualquier modelo o plantilla para el folleto o tarjeta explicativa, teniendo en cuenta las siguientes reglas: el tamaño no debe superar la mitad de un folio y puede tener una cara A y otra B. Además de los consejos, el documento tendrá el logotipo del centro, la dirección, el teléfono, el correo electrónico, etc..., y un espacio para anotar las fechas de las visitas.

Solución "Recomendaciones para el cliente"

Recomendaciones de hábitos saludables

Deben evitarse

- El estrés y el sedentarismo.
- El estreñimiento. Anticonceptivos.
- Ropa ajustada.
- El calor excesivo.
- Estar sentada muchas horas, de pie o cruzar las piernas en cuanto dificulta la circulación.

Es aconsejable:

- Practicar deporte con regularidad, preferentemente ejercicio aeróbico.
- Utilizar técnicas de relajación.
- Hacer deporte con regularidad. Los ejercicios aeróbicos como la natación, el patinaje, la carrera, la bicicleta, etc. aceleran el metabolismo, mejoran el tono muscular y activan la circulación sanguínea.
- Exfoliar e hidratar/nutrir regularmente las zonas afectadas por la celulitis para favorecer la penetración de los cosméticos de tratamiento.
- Aplicar regularmente un producto anticelulítico, masajeando con movimientos circulares en sentido ascendente, desde el tobillo hacia la cintura.
- Seguir una dieta rica en fibra, verduras, ensaladas, frutas, que reduce la absorción de lípidos y evita el estreñimiento.
- Consumir alimentos ricos en yodo, para regular el metabolismo: algas, ajo, fletán, acelgas, judías verdes...
- Coma alimentos depurativos: apio, espárragos, cebolla, piña, etc.
- Para su consumo diario de proteínas, elija preferentemente proteínas de origen vegetal.
- Mastique bien los alimentos.
- Siga un horario regular de comidas.

Gracias por su visita

Su próxima cita: _____/_____/_____



EPILAZIONE

[TRATTAMENTO CORRELATO ALLA BELLEZZA]



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



2.4		DEPILACIÓN [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA BELLEZA]	
Los resultados del aprendizaje corresponden al MEC			MEC 4
Resultados del aprendizaje: la persona es capaz de proporcionar servicios de depilación eligiendo técnicas y productos adecuados y teniendo en cuenta la comodidad, las necesidades y los deseos de los clientes.			Indicadores que lo demuestran
Conocimientos	Habilidades	Responsabilidad y autonomía	
<i>La persona puede</i>	<i>La persona puede</i>	<i>Capacidades comprobadas</i>	<i>Con base en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> Reconocer la estructura del vello y sus fases de crecimiento. Enumerar varias técnicas para eliminar el vello corporal (de forma temporal y permanente), incl. sus indicaciones y contraindicaciones. Nombrar los métodos de uso de herramientas manuales y electromédicas para la eliminación del vello corporal. Clasificar el tipo, composición y método de aplicación de los productos cosméticos utilizados en la depilación. Enumerar productos (aceites/lociones corporales/crema 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicar técnicas estándar para eliminar el vello corporal, de forma temporal y permanente (p. ej., depilación con cera, con azúcar, láser). Aplicar productos cosméticos utilizados en técnicas de depilación específicas. Usar herramientas manuales y electromédicas para eliminar el vello corporal. 	<ul style="list-style-type: none"> Con base en las indicaciones del cliente, realizar el servicio solicitado con diferentes técnicas y equipos, respetando las normas de higiene y los tiempos de ejecución y reduciendo las molestias para el cliente. La persona puede dar consejos sobre el cuidado en el hogar para prevenir el vello encarnado o las erupciones después de la depilación. 	<ul style="list-style-type: none"> Conoce la estructura del vello y sus fases de crecimiento. Puede completar la ficha de cliente de manera profesional y comprensible, también en un idioma extranjero. Gestiona la relación con el cliente (durante la recepción, el tratamiento y la despedida). Prepara el equipo necesario para poder realizar el tratamiento previsto. La persona puede realizar diversas técnicas de depilación (depilación con cera, con azúcar, láser, con luz pulsada). Usa productos antes y después de la depilación y

<p>s) que alivian la irritación después de la depilación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distinguir tratamientos para diferentes tipos de clientes, incl. embarazadas, personas mayores, enfermos de cáncer, personas con intolerancias, etc. 			<p>recomienda un tratamiento de seguimiento. Se ocupa de los pelos encarnados después de la depilación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se comporta de manera higiénica y adecuada. • Realiza la actividad en el tiempo fijado y siguiendo la secuencia correcta de procedimientos. • La persona maneja situaciones inesperadas (se acaba la cera, el cliente se queja de algo, etc.). • Da consejos correctos sobre el cuidado en el hogar y recomienda productos para el cuidado en casa del cliente.
<p>Herramientas de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Demostración • Caso práctico • Test 		

2.4 Depilación [tratamiento relacionado con la belleza]

Lista de materiales y actividades

1. Introducción teórica: «La estructura del vello y sus fases de crecimiento»
2. Ejercicio escrito: «Los diferentes tipos de depilación»
3. Caso práctico: «Productos depilatorios y tratamientos de seguimiento para clientes con problemas de piel»
4. Simulación: «Trato con el cliente: depilación con azúcar de SKIN CANDY»

Objetivo de la unidad

Al final de esta unidad, la persona es capaz de prestar servicios de depilación eligiendo técnicas y productos apropiados y teniendo en cuenta la comodidad, las necesidades y los deseos del cliente.

La persona realiza tratamientos de depilación orientados al cliente, teniendo en cuenta las alergias del cliente y el estado de su piel. Habilidades de comunicación, manejo de situaciones inesperadas (se acaba la cera, el cliente se queja de algo, etc.), dar consejos correctos sobre el cuidado en el hogar y recomendar productos para que el cliente utilice en casa.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Procesos de gestión y apoyo
- Gestión del tiempo
- Competencias TIC
- Lenguas extranjeras
- Competencias ecológicas

Habilidades de higiene y seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de los materiales y recursos

- análisis de vídeo
- simulación
- demostración
- tarea práctica
- juego de roles

- caso práctico
- observación en situación de trabajo
- diálogos
- ejercicio escrito
- otros: _____

Título del material o actividad	1. Introducción teórica: «La estructura del vello y sus fases de crecimiento»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	La actividad consiste en una lección sobre los tipos y la estructura del vello y sus fases de crecimiento. Paso 1: revisión del material teórico sobre el tema. Paso 2: rellenar notas en la ficha de cliente durante la actividad.
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Material necesario: <ul style="list-style-type: none"> • Conexión a Internet, dispositivos informáticos para ver vídeos
Tiempo necesario	45 min
Anexos	Material teórico sobre la estructura del vello y sus fases de crecimiento <ul style="list-style-type: none"> • Material teórico sobre la estructura del vello y sus fases de crecimiento Vídeo de la estructura del folículo piloso: https://www.youtube.com/watch?v=tj-49G1jWw Vídeo de las fases y el ciclo de crecimiento del vello: https://www.youtube.com/watch?v=5RaBdppFxHU <ul style="list-style-type: none"> • Ficha de depilación
Solución de la actividad	

Material teórico sobre la estructura del vello y sus fases de crecimiento

Estructura del vello y sus fases de crecimiento

Estructura del folículo piloso

Mira este vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=tj-49G1jWw>

Más información: <https://hairmax.co.uk/blogs/news/the-anatomy-of-the-hair-follicle>

Fases y ciclo de crecimiento del vello

FASE ANÁGENA

- fase de crecimiento activo
- de 2 a 8 años

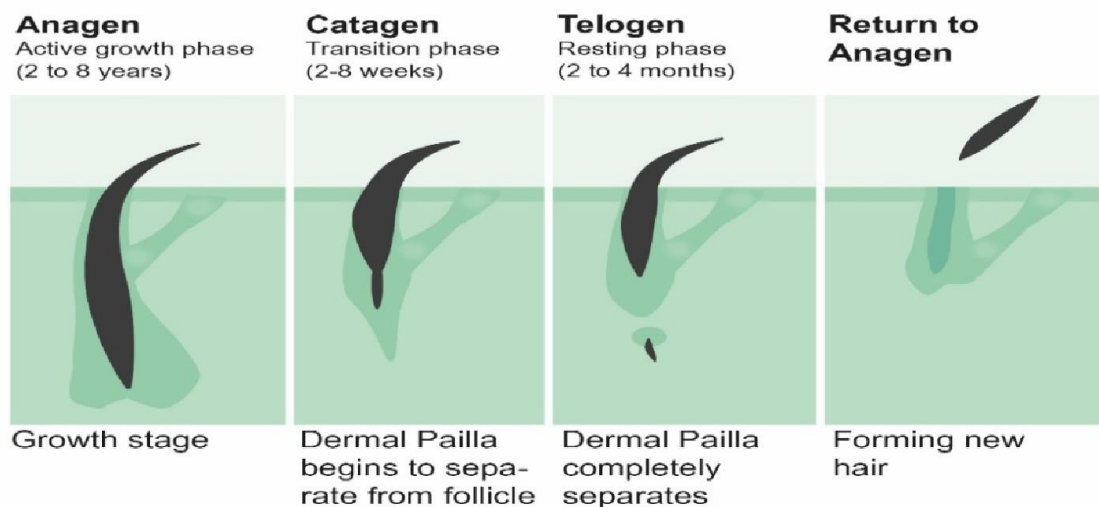
FASE CATÁGENA

- fase de transición/regresión
- de 2 a 8 semanas
- La papila dérmica comienza a separarse del folículo.

FASE TELÓGENA

- fase de descanso
- de 2 a 4 meses
- La papila dérmica se separa completamente.

Los pelos que crecen en la misma zona de la piel se encuentran en diferentes fases de crecimiento.



Fuente de la imagen: Skin Candy - materiales de capacitación, Hoitolatukka - por Karoliina Saarinen, 14.12.2020. Mira este vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=5RaBdppFxHU>

Diferentes técnicas de depilación

(Fuente: <https://www.webmd.com/beauty/cosmetic-procedures-hair-removal#1> y https://www.healthline.com/health/epilator#TOC_TITLE_HDR_1 y

Skin Candy -materiales de capacitación, Hoitolatukka – por Karoliina Saarinen, 14.12.2020 <https://www.terveystalo.com/fi/Palvelut/Ihotaudit-ja-ihosairaudet/Karvanpoisto-laserilla/>)

- El vello corporal no deseado, especialmente en el labio superior, el mentón, las mejillas, la espalda, las piernas, los pies y los dedos de las manos y los pies, es un problema para muchas personas. Las causas del vello corporal no deseado pueden variar. La genética, ciertos medicamentos, las hormonas y el síndrome del ovario poliquístico pueden causar la aparición de vello corporal no deseado. Es posible eliminar el vello corporal no deseado con varios métodos diferentes.
- Antes del tratamiento depilatorio, se debe decidir con el cliente un método de depilación adecuado y se deben considerar las posibles **contraindicaciones**.
 - **Las quemaduras solares, los callos, las heridas, las cicatrices recientes, las infecciones, las enfermedades contagiosas de la piel, las venas varicosas, los hematomas, los lunares y la infección por el VIH son contraindicaciones.**
 - Durante esta discusión, hay que descubrir **cualquier alergia o hipersensibilidad** que pueda tener el cliente.
 - También es buena idea preguntar sobre **cualquier medicamento** que el cliente pueda tomar, ya que, por ejemplo, el medicamento isotretinoína podría afectar a la sensibilidad de la piel y causar otras reacciones.
 - Si la **piel del cliente está seca**, se recomienda una hidratación regular durante unas semanas antes del tratamiento de depilación.

Depilación con cuchilla

- La depilación con cuchilla es un método rápido para las piernas, los brazos y el vello facial.
- Puede causar pelos encarnados, especialmente en el área de la ingle.
- Lee acerca de los pros y contras de la depilación facial con cuchilla en mujeres:
 - <https://www.healthline.com/health/women-shaving-face#pros-cons>

Depilación con pinzas

- La depilación con pinzas funciona bien si solo se quieren eliminar unos cuantos pelos.
 - Las pinzas son una excelente herramienta para dar forma a las cejas o quitar los pelos sueltos de la cara.
 - La depilación con pinzas puede ser a veces dolorosa, dependiendo de la persona.
- No es un método de depilación recomendado para áreas más grandes, **ya que puede causar cicatrices y pelos encarnados.**

Cremas depilatorias y depiladoras

- *Las cremas depilatorias* están disponibles sin receta médica.
 - Es importante leer la etiqueta de la crema, ya que los diferentes tipos de cremas tienen diferentes ingredientes.
 - Los productos químicos en estas cremas disuelven el tallo del vello y, si se deja la crema en la piel por mucho tiempo, **pueden provocar quemaduras o reacciones alérgicas.**
 - Sigue las instrucciones de la crema cuidadosamente.
- La *depiladora* es un dispositivo eléctrico diseñado para eliminar el vello corporal directamente desde la raíz.
 - Una depiladora seca se puede usar sin agua, mientras que una depiladora húmeda se puede usar en la ducha o el baño.
 - Algunas personas pueden experimentar molestias al usar una depiladora y algunas áreas del cuerpo pueden ser más sensibles que otras.
 - Sin embargo, cuanto más se utilizan, menos dolorosas se vuelven.
 - **Se recomienda exfoliar la piel antes de usar una depiladora, ya que elimina las células muertas de la piel y ayuda a prevenir el vello encarnado.**

- Coloca la depiladora en un ángulo de 90 grados con respecto a la piel y sostenla suavemente contra la piel. Tensa la piel y mueva la depiladora en la dirección de crecimiento del vello.
- Si mueves la depiladora en la dirección opuesta, corres el riesgo de cortar el vello en la piel y dejar su raíz dentro de la piel.
- Por ejemplo:
 - <https://www.healthline.com/health/how-does-nair-work>

Depilación con cera

- La depilación con cera se puede hacer en casa o en un salón profesional.
- Las ceras pueden ser ceras frías listas para usar, templadas o calientes.
 - ¡Si la cera está demasiado caliente, puede quemar la piel!
- La cera contiene diferentes tipos de ceras naturales,
 - por ejemplo, **resina, miel, cera de abejas.**
- La mezcla de cera se aplica en la misma dirección en que crece el vello y luego se retira en la dirección opuesta al crecimiento del vello.
- Puede ser un método complicado y doloroso de depilación y también puede dejar algunos pelos, ya que la cera puede romperlos.
- **Puede producirse irritación de la piel, infecciones y vello encarnado.**
 - Por eso es importante un buen cuidado previo y posterior.
- **¡TEN EN CUENTA!** La depilación con cera no es un método recomendado si se usan medicamentos para el acné (Retin-A o isotretinoína), ya que la cera podría arrancar la piel.
- Echa un vistazo a la comparación entre la depilación con cera fría y caliente:
 - <https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/cold-waxing#cold-vs-hot-waxing>
- Mira cómo quitar la cera de la piel:
 - <https://www.healthline.com/health/how-to-get-wax-off-skin#removal>
- Consulta cuáles son las alternativas a la depilación facial con cuchilla para mujeres:
 - <https://www.healthline.com/health/women-shaving-face#alternatives-to-shaving>

Depilación con azúcar

- Se puede aplicar en todas las partes del cuerpo. Se ha utilizado durante miles de años. Fue utilizado en el antiguo Egipto y el método moderno de depilación con azúcar se originó en Canadá.
- Al igual que la depilación con cera, la depilación con azúcar elimina el vello corporal desde la raíz, pero con la depilación con azúcar, la mezcla de azúcar se aplica en la dirección contraria al crecimiento del vello y se elimina en la misma dirección en que crece el vello con pequeños y rápidos tirones.
 - Al tirar en la dirección en que crece el vello, es posible evitar su rotura.
- La pasta de azúcar no se adhiere a la piel como la cera, lo que significa que elimina el vello causando menos irritación en la piel.
 - Después de la depilación con azúcar, la piel muy sensible puede experimentar enrojecimiento, irritación, picazón e hinchazón o erupciones temporales.
 - El tratamiento también se va volviendo más fácil para el cliente después de cada cita.
- La eliminación del vello con pasta de azúcar también exfolia la piel.
- La depilación con azúcar puede hacer que el vello vuelva a crecer más suave y delgado al hacerlo de forma continuada.

- En comparación con la depilación con cera, la ventaja del azúcar es que este es soluble en agua.
 - Con la depilación con azúcar es posible eliminar vello más corto que con la depilación con cera.
 - El azúcar solo se adherirá al vello y a las células muertas de la piel, por lo que la piel no se irritará tan fácilmente como lo haría con la depilación con cera.
- La depilación con azúcar es un método seguro de depilación, pero hay que considerar las siguientes **contraindicaciones**:
 - período/fluctuaciones hormonales (la piel puede sentirse más sensible)
 - embarazo (consultar primero con un médico)
 - piercings o tatuajes genitales (es posible trabajar a su alrededor)
 - quemaduras solares
 - antibióticos, medicamentos de reemplazo hormonal, anticonceptivos hormonales
 - Roacutan o retinoides (consultar primero con un médico)
 - quimioterapia y radiación
- Antes de realizar la depilación con azúcar
 - La longitud del vello debe ser de al menos 2 mm de largo.
 - Si no es así, no será posible agarrarlo.
 - Exfoliar ligeramente la piel unos días antes de la cita para eliminar las células muertas. Esto ayudará a evitar que se queden pelos sueltos.
 - Evitar el bronceado o la aplicación de cremas con retinoides durante al menos 24 o 48 horas antes de la cita.
 - El día de la cita, minimizar el consumo de cafeína para evitar que los poros se cierren. No beber alcohol el mismo día.
- La depilación con azúcar debe repetirse cada cuatro o seis semanas. Debido a las diferentes fases de crecimiento del vello, es posible que se presenten algunos pelos en la piel un par de días después del tratamiento.

Ejemplo de productos finlandeses para la depilación con azúcar:

- El método finlandés de Skin Candy es un método de depilación con azúcar.
- Las pastas de azúcar de Skin Candy están patentadas.
- www.skincandyfamily.com

Tabla de comparación rápida entre la depilación con cera y con azúcar

<https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/sugaring-vs-waxing#comparison-chart>

Depilación con hilo

- Es un método de depilación que proviene de la India.
- Se utilizan hilos retorcidos para arrancar el vello corporal no deseado.
- Cosas interesantes:
 - Tutorial CÓMO DEPILAR LAS CEJAS CON HILO EN CASA // Guía detallada paso a paso para principiantes sobre la depilación con hilo
 - <https://www.youtube.com/watch?v=KaEWIk9g9UI>

Depilación láser

- La longitud de onda del láser se ha optimizado para que la absorba el pigmento del vello, la melanina. Durante el tratamiento con láser, la luz del láser viaja a través de la piel hacia los folículos pilosos que son ricos en melanina y, como resultado, los folículos pilosos se calientan y se destruyen. El tratamiento es más eficaz en pieles claras con vello oscuro.
- Cuanto más oscura es la piel, más energía se disuelve en la melanina de la piel. El láser no funciona en vello claro, gris o rojo.
- Este método es efectivo si la piel es clara y si hay melanina oscura en el vello.
- Para lograr el mejor resultado, generalmente se necesitan de 6 a 8 tratamientos y el período de tratamiento completo suele durar de 7 a 9 meses en total.
- Más información:
 - <https://www.healthline.com/health/laser-hair-removal>

Electrólisis

- La electrólisis es un método profesional de depilación.
- Se utiliza una pequeña aguja para enviar una corriente eléctrica al folículo piloso y existen dos métodos principales de electrólisis:
 - **galvánica**, que destruye químicamente el folículo piloso,
 - **termolítica**, que usa calor para destruir el folículo piloso.
- La electrólisis se puede realizar en cualquier parte del cuerpo.

Medicamentos y vello no deseado

- Consulte con un médico si estos métodos no dan los resultados deseados.

FICHA DE DEPILACIÓN

Especialista en el cuidado de la piel:	Fecha:
El tratamiento comenzó:	El tratamiento terminó:
Nombre del cliente:	Año de nacimiento del cliente:
Estado de salud/medicamentos del cliente:	Posibles alergias:

ÁREA DE DEPILACIÓN

CARA

- mentón
- labio
- mejillas
- cejas

CUERPO

- espalda
- axilas
- brazos
- área del biquini

PIES

- muslos
- piernas
- empeines y dedos de los pies

Observaciones:	
CONTRAINDICACIONES:	Finalidad del tratamiento:
Plan de tratamiento: <ul style="list-style-type: none"> • • • • • • • 	Explicación de las opciones:
PRODUCTOS PARA ANTES Y DESPUÉS DE LA DEPILACIÓN:	
INSTRUCCIONES PARA TRATAMIENTOS EN CASA Y DE SEGUIMIENTO:	
Recomendaciones para el próximo tratamiento:	
Plan de tratamiento de depilación revisado ___/___ _____	

Título del material o actividad	2. Ejercicio escrito: «Los diferentes tipos de depilación»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad tiene como objetivo practicar individualmente los métodos de depilación cosmética más utilizados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • depilación con cera, • depilación con azúcar, • láser o fotodepilación <p>Paso 1: familiarizarse con la herramienta MIND MAP: https://www.mindmup.com/</p> <p>Paso 2: preparar un MAPA MENTAL individual sobre los diferentes tipos de depilación, depilación con cera, con azúcar y láser o fotodepilación.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenadores y conexión a internet, aula de informática
Tiempo necesario	45 min
Anexos	https://www.mindmup.com/
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	3. Caso práctico: «Productos depilatorios y tratamientos de seguimiento para clientes con problemas de piel»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en estudiar la página web de Skin Candy y los materiales en vídeo:</p> <p>Paso 1: consultar la página web: https://skincandyfamily.com/</p> <p>Paso 2: ver los vídeos de depilación con azúcar de Skin Candy: https://www.youtube.com/watch?v=iYfKLU7nM7s https://www.youtube.com/watch?v=fW_TVDh0iXA https://www.youtube.com/watch?v=Fn7clYGJ-70 https://www.youtube.com/watch?v=nNqxJPboyoM</p> <p>Paso 3: leer los materiales del caso práctico: Productos de Skin Candy Family.</p> <p>Paso 4: preparar una respuesta corta a la pregunta: si el cliente sufre de vello encarnado después de la depilación -> ¿Qué puedes hacer como especialista de la piel para resolver este problema con productos específicos de Skin Candy?</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenadores y conexión a internet, aula de informática
Tiempo necesario	<p>45 min para la página web y los enlaces</p> <p>45 min para el caso práctico (ejercicio incluido)</p>
Anexos	<p>www.skincandyfamily.com</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=iYfKLU7nM7s</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=fW_TVDh0iXA</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Fn7clYGJ-70</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=nNqxJPboyoM</p> <p>Caso práctico: «Productos de Skin Candy Family»</p>
Solución de la actividad	<p>Solución: «Evitar el vello encarnado»</p>

Caso práctico: «Productos de Skin Candy Family»

Productos depilatorios y tratamientos de seguimiento

- Los productos necesarios para la depilación son (productos de Skin Candy Family):
 - gel limpiador y líquido limpiador
 - <https://skincandyfamily.com/product/cleansing-gel/>
 - desinfectante
 - <https://skincandyfamily.com/product/rose-water/>
 - una sustancia para proteger la piel, en caso necesario (como los polvos de talco)
 - <https://skincandyfamily.com/product/candying-dust/>
 - producto de depilación, por ejemplo, cera o azúcar
 - <https://skincandyfamily.com/product/mimosa/>
 - productos para después del tratamiento, por ejemplo, crema o espray hidratante y calmante
 - <https://skincandyfamily.com/product/post-treatment-lotion-sensitive/>
 - productos para el cuidado en casa
 - líquido limpiador
 - exfoliante
 - hidratante
 - productos que previenen el vello encarnado y ralentizan el crecimiento del vello
 - Más información: <https://skincandyfamily.com/products/>
- En algunos clientes, la piel puede enrojecerse, picar o sentirse caliente después del tratamiento. Esto es causado por una mejor circulación sanguínea en el área tratada.
 - En algunos clientes, esta reacción puede tardar más en ocurrir o puede no ocurrir en absoluto.
 - Este tipo de reacciones son completamente normales y el enrojecimiento desaparece en pocas horas.
- Después del tratamiento de depilación, hay que evitar la sauna, tomar el sol, las cabinas de bronceado, la ropa ajustada, el ejercicio vigoroso, rascarse la piel y la fricción en la piel.

Vello encarnado después de la depilación

(fuente: <https://www.healthline.com/health/ingrown-hair-on-legs>)

Vello encarnado: pequeños bultos, lesiones similares a ampollas, oscurecimiento de la piel, dolor y picazón.

- El vello encarnado puede aparecer después de eliminar el vello, por ejemplo, mediante la depilación con cuchilla, con pinzas, con depiladora, con cera o con azúcar.
- El vello puede volver a crecer hacia dentro de la piel y causar inflamación en el área.
- Por lo general, el vello encarnado no es un problema grave, pero en algunos casos, se pueden presentar complicaciones como infecciones bacterianas o cicatrices permanentes.
- Las células muertas de la piel pueden obstruir el folículo piloso y, por lo tanto, evitar que salga el nuevo pelo.
- La razón de esto suele ser un pelo que crece hacia arriba en el folículo y luego vuelve a bajar, formando una espiral. El vello crece debajo de la superficie de la piel paralelo a esta.
- La piel seca es más propensa al vello encarnado.
- Si el pelo está atascado en el interior del folículo piloso, no se puede ver, pero la piel se eleva formando una protuberancia dura que suele ser de color oscuro.
- Si hay vello encarnado después de la depilación con azúcar, debes revisar tu técnica para asegurarte de que no rompes el vello.
- La hidratación regular y la exfoliación o el cepillado en seco previenen la obstrucción que puede provocar la formación de vello encarnado.
- Sin embargo, se debe evitar la exfoliación o el cepillado en seco el día anterior a la depilación, el día del tratamiento y el día posterior.
- De lo contrario, la piel podría irritarse.
- Las piernas recién depiladas con cuchilla, cera o azúcar pueden verse y sentirse suaves. Pero si no se aplican los productos adecuados o no se usan las técnicas de depilación correctas, el vello encarnado doloroso y con picazón pueden robarle la suavidad a las piernas.
- Aunque el vello encarnado es común, puedes tomar medidas para mejorar la apariencia de tus piernas. Pero si el vello encarnado no mejora o empeora, habla con tu médico.
- Algunas afecciones de la piel pueden ser similares a un vello encarnado, como el eccema, el impétigo y los moluscos contagiosos.

Consulta los productos para el vello encarnado de Skin Candy Family:

<https://skincandyfamily.com/product/ingrown-hair-inhibitor/>

Solución: «Evitar el vello encarnado»

Descripción del producto Skin Candy Ingrown Hair Inhibitor:

Respuesta corta opción 1:

Acaba con el vello encarnado. Esta loción previene infecciones y mantiene la superficie de la piel suave y así permite que el vello crezca con normalidad.

Respuesta corta opción 2:

Reduce el vello encarnado después de los tratamientos de depilación. La loción previene infecciones y mantiene la superficie de la piel suave y así permite que el vello crezca con normalidad.

Se aplica diariamente sobre la piel limpia, especialmente justo después de la depilación. También se puede usar en la zona del bikini y otras áreas sensibles. Para obtener los máximos beneficios, aplicar dos veces al día. No aclarar.

Title of the material/activity	4. Simulation “Treatment with customer – SKIN CANDY sugaring”
Presentation / Description of the activity steps	<p>The activity consists of simulation of treatment at the school or work place. The subject of the simulation must be sugaring treatment with a customer. Below the steps of simulation are listed:</p> <p>Step 1: Customer reception and pre-filled customer card. Step 2: Customer preparation. Step 3: Work on the customer. Step 4: Customer advice and seeing off the customer. Step 5: Hand in the completed customer card to the trainer.</p>
Typology of activity	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Needed materials / equipment/ tools	<ul style="list-style-type: none"> • Products: any hair removing sugaring products, disinfectant • Tools: spatulas and papers, customer card
Time needed	<p>45 min for all the steps for one simulation treatment 15 min for preparing the customer place 120 min a treatment with customer (face, body and legs) Total 2 hours 15 min</p>
Attachments	
Solution of the activity	



PINTURA CORPORAL
[TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA
BELLEZA]



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



2.5		PINTURA CORPORAL [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA BELLEZA]	
Los resultados del aprendizaje corresponden al MEC			MEC 4
Resultados del aprendizaje: la persona es capaz de ofrecer servicios de pintura corporal eligiendo técnicas y productos adecuados y teniendo en cuenta las necesidades y deseos del cliente.			Indicadores que lo demuestran
Conocimientos	Habilidades	Responsabilidad y autonomía	
<i>La persona puede</i>	<i>La persona puede</i>	<i>Capacidades comprobadas</i>	<i>Con base en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> Nombrar varios productos y herramientas utilizados para la pintura corporal, incluidas sus indicaciones y contraindicaciones. Describir varios diseños artísticos para aplicar en el cuerpo. Distinguir tratamientos para diferentes tipos de clientes, incl. embarazadas, personas mayores, enfermos de cáncer, personas con intolerancias, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicar técnicas estándar de pintura corporal. Aplicar productos cosméticos utilizados para la pintura corporal. Diseñar patrones artísticos para aplicarlos en el cuerpo. Utilizar técnicas de sombreado y de perspectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> Con base en las indicaciones del cliente, realizar el servicio de pintura corporal solicitado con diferentes técnicas y equipos, teniendo en cuenta la finalidad, las normas de higiene y los tiempos de ejecución. 	<ul style="list-style-type: none"> La persona transmite información a los clientes sobre diferentes opciones y tendencias de maquillaje permanente y pintura corporal a través de un sitio web. Identifica, selecciona y prepara las herramientas y cosméticos adecuados para cada servicio. Elabora la ficha de cliente y los diseños para el cuerpo y los adapta a las diferentes morfologías corporales de los clientes. Lleva a cabo las pautas de trabajo adaptadas a las características del cliente. Realiza pinturas corporales con

			<p>productos hipoalergénicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Hace una encuesta de calidad al cliente teniendo en cuenta los parámetros que definen la calidad del servicio.
<p>Herramientas de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Observación ● Demostración ● Caso práctico ● Test 		

2.5 Pintura corporal [tratamiento relacionado con la belleza]

Lista de materiales y actividades

1. Simulación: «Identificación de herramientas y cosméticos»
2. Tarea práctica: «Selección de diseños para el cliente»
3. Caso práctico: «Creación de una guía de trabajo para una pintura corporal»
4. Tarea práctica: «Pintura del vientre con productos hipoalergénicos»
5. Ejercicio: «Diseños de pintura corporal para un evento de concienciación sobre el cáncer de mama»
6. Tarea práctica: «Crear un sitio web informativo»
7. Tarea práctica: «Crear una encuesta de satisfacción»

Objetivo de la unidad

La persona es capaz de elaborar protocolos y bocetos de diseño para la realización de los diferentes tipos de maquillajes corporales adaptándolos al usuario/cliente. Elige los cosméticos y herramientas adecuados, teniendo en cuenta la comodidad, las necesidades y los deseos del cliente. Mejora la gestión del tiempo y las habilidades de comunicación y TIC.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Procesos de gestión y apoyo
- Gestión del tiempo
- Competencias TIC
- Lenguas extranjeras
- Competencias ecológicas

Habilidades de higiene y seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de los materiales y recursos

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> análisis de vídeo <input checked="" type="checkbox"/> simulación <input checked="" type="checkbox"/> demostración <input checked="" type="checkbox"/> tarea práctica <input type="checkbox"/> juego de roles | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> caso práctico <input type="checkbox"/> observación en situación de trabajo <input type="checkbox"/> diálogos <input checked="" type="checkbox"/> ejercicio escrito <input type="checkbox"/> otros: _____ |
|--|--|

Título del material o actividad	1. Simulación: «Identificación de herramientas y cosméticos»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad se centra en el conocimiento de las herramientas y cosméticos utilizados para el maquillaje corporal, así como los procedimientos de limpieza y desinfección.</p> <p>La actividad se desarrollará en tres fases de trabajo:</p> <p>Paso 1: preparación del espacio de trabajo con las herramientas y cosméticos necesarios para realizar el maquillaje corporal.</p> <p>Paso 2: preparación del área de trabajo donde se realizará el maquillaje.</p> <p>Paso 3: desinfección, esterilización y preparación de todo el material desechable, herramientas y cosméticos.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enunciado del ejercicio • Productos cosméticos para maquillaje, herramientas y utensilios
Tiempo necesario	30 min
Anexos	<p>Herramientas y cosméticos para el maquillaje corporal</p> <p>Ejercicio: «Hoja de control de herramientas y cosméticos»</p>
Solución de la actividad	

HERRAMIENTAS Y COSMÉTICOS PARA EL MAQUILLAJE CORPORAL

TEORÍA DEL COLOR

Una de las bases principales de todo lo que hace un experto en maquillaje es comprender la teoría del color. Para reconocer y combinar con éxito el tono de piel de un cliente es esencial comprender el color. Del mismo modo, el maquillaje correctivo, complementar la coloración natural, disimular piezas protésicas o la creación de efectos de accidentes realistas se basan tanto en el conocimiento de la teoría del color como en la técnica.

En el maquillaje, la teoría del color se utiliza para obtener los colores que necesitamos y para crear efectos; en esencia, para engañar a la vista.

Lo más probable es que un buen maquillador tenga un buen ojo para el color, y que ya haya nacido con esa habilidad. Pero comprendiendo la teoría del color, cualquiera puede hacer muchas cosas con la práctica.

Hay varios modelos de teorías del color, pero los tres más comunes son:

- Modelo rojo verde azul (RGB): se utiliza en sistemas electrónicos que transmiten luz, como ordenadores y televisores.
- Modelo rojo amarillo azul (RYB): es el sistema de color utilizado tradicionalmente en el arte. Ha existido durante siglos y es el modelo que se enseña en la escuela.
- Modelo magenta azul amarillo: es un enfoque más moderno de los colores y es el modelo utilizado por las impresoras. La mezcla de estos colores permite obtener un espectro brillante y limpio.

El modelo RYB es el que la mayoría de la gente conoce y es fácil de usar en el maquillaje y el cabello. La rueda de colores es una forma sencilla de ver la relación básica entre los doce colores que se muestran en la rueda. También explica, en términos simples, cómo mezclar colores para crear otros nuevos.

Nuestro color de piel y sus matices son una mezcla de colores proporcionados por los pigmentos de la piel, que dan como resultado un color marrón general. Por supuesto, el color de la piel varía en todo el mundo, desde un marrón muy oscuro hasta un color muy pálido.

Es posible utilizar colores primarios y secundarios para crear varios tonos de marrón. En primer lugar, los tres colores primarios se pueden mezclar para crear el marrón. De manera similar, es posible mezclar dos colores secundarios para producir los marrones que se ven en los tonos de piel. Algunos ejemplos:

Marrón oliva = verde + violeta. Tiene un tono azulado.

Marrón rojizo = violeta + naranja. Tiene un tono rojizo y se suele llamar rojizo.

Marrón citrino = naranja + verde. Tiene una tonalidad amarillenta y se suele conocer como dorado.

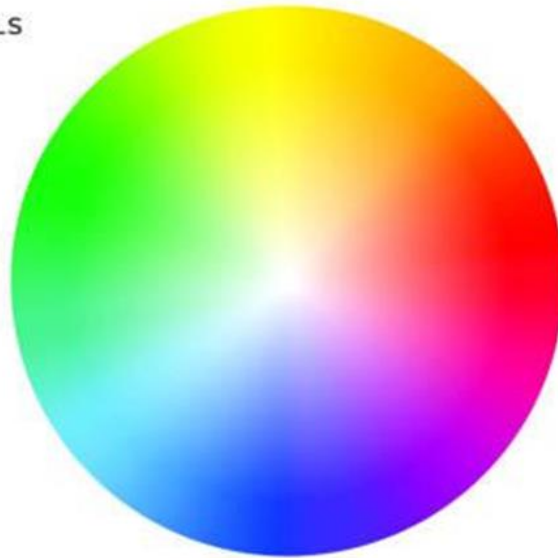
El color se puede describir utilizando varias propiedades, incluidos los matices, los tintes y las sombras. Los tintes son simplemente colores a los que se les ha añadido blanco. Por lo tanto, hace que el color sea más claro. Por ejemplo, mezclar blanco con un color violeta produce lila. Del mismo modo, agregar blanco al azul crea un azul claro. Los colores pastel como el melocotón, el albaricoque y el crema son tintes.

Una sombra es simplemente un color al que se le añade negro. Por lo tanto, oscurece el color. Por ejemplo, agregar negro a violeta produce un púrpura oscuro. Del mismo modo, agregar negro al azul crea un color más azul marino.

Un tono es simplemente un color al que se le ha añadido gris. Por lo tanto, atenúa el color y lo oscurece.

COLOR THEORY

COLOR MODELS



COLOR MEANINGS



COLOR PROPERTIES



COLOR HARMONIES



HERRAMIENTAS Y COSMÉTICOS

- Acuarela: es una pasta concentrada que se disuelve en agua. No es dañina para la piel ya que permite la transpiración. Existe una amplia gama de colores: tonalidades nacaradas, metalizadas, fluorescentes y líquidas, estas últimas se pueden utilizar con un aerógrafo. Se utilizan en pinturas corporales y maquillajes faciales de fantasía. No se recomiendan en prótesis ya que podría estropearlas.

La aplicación de las acuarelas es similar a la de un lápiz disuelto en agua. También se pueden usar esponjas de espuma. Hay que tener en cuenta que si se añade mucha agua al color, su intensidad disminuirá. Debemos crear una mezcla de pasta para lograr el efecto deseado en el cliente.



- **Maquillajes a base de alcohol:** se presentan en discos compactos y se utilizan con un lápiz, un cepillo de dientes o un pincel de fibras cortas. También se encuentran en formato líquido para aerógrafos pero se secan rápidamente y podrían obstruir el conducto fácilmente. Una de sus ventajas es el hecho de que son resistentes y no se degradan con el sudor ni la humedad. Son muy recomendables en el maquillaje de prótesis gracias a sus características.

Se aplican de forma similar a la acuarela aunque se mezclan con alcohol en lugar de agua. Por tanto, este producto es más agresivo para la piel y debemos evitar su uso en zonas sensibles.



- **Maquillaje en crema:** tiene una composición oleosa y no admite agua. Es mejor que la acuarela para maquillar las prótesis. Se aplica directamente sobre la piel con un lápiz o con esponjas. Su coloración es bastante intensa por lo que una pequeña cantidad podría cubrir una amplia superficie; se desvanece más fácilmente que la acuarela.



- **Borlas:** matizan el brillo y fusionan la prótesis a la piel.



- **Bastoncillos de algodón:** para la limpieza.



- **Espumas:** las esponjas de látex se utilizan para aplicar sobre las bases, para pulir las superficies de modelado. Las esponjas de espuma se utilizan para aplicar acuarelas.



- **Polvos translúcidos:** son polvos transparentes que no modifican el color del maquillaje. Se utilizan de forma general para fijar el fluido corrector y la base.
- **Lápices:** disponibles en color blanco o beige para dibujar el diseño en el cuerpo.
- **Pinceles:** los pinceles sintéticos son los más utilizados para el maquillaje, aunque algunos imitan el aspecto y el tacto del pelo natural. Se pueden utilizar diferentes formas y tamaños según el diseño a realizar y los productos a emplear. Se limpian y conservan bien con limpiadores, agua, jabón o alcohol.
- **Otras herramientas:** paleta de metal o plástico, sacapuntas estético, algodón, pañuelos de papel, productos desmaquillantes y prebase.



AERÓGRAFO

El maquillaje con aerógrafo consigue un aspecto de piel sedoso y muy natural, unificando el color sin dejar exceso de producto. Proporciona un resultado perfecto en fotografía, cine y televisión HD, especialmente en los primeros planos. Los cosméticos utilizados son bases líquidas compuestas por pigmentos con un tamaño de partícula muy pequeño que fluye suavemente a través de la boquilla del aerógrafo y se dispersa por toda la superficie pulverizada.

Hay dos tipos de aerógrafos:

- Simple acción con o sin aguja: son aquellos en las que sale pintura y aire al mismo tiempo con una relación aire/producto constante



- Doble acción: existen dos clases: doble acción fija y doble acción independiente. Este último es más difícil de controlar pero tiene más posibilidades.
- La doble acción fija se controla con la yema del dedo mediante un pulsador o gatillo. El flujo de aire y del producto es fijo; apretando el gatillo hacia atrás aumenta el flujo de aire/producto en la misma proporción.

- En los aerógrafos independientes de doble acción, el gatillo tiene dos movimientos independientes: presionando hacia abajo permite que solo salga aire, manteniéndolo presionado al deslizar el gatillo hacia atrás comienza a suministrar producto al flujo de aire. Es decir, cuanto más atrás se mueva el gatillo, más espesa será la pulverización de producto, si deslizamos muy poco hacia atrás, saldrá poco producto y se pintará una fina línea.



El producto se puede suministrar en estos aerógrafos de dos formas diferentes:

- Por gravedad: la pintura o el maquillaje entran en el aerógrafo por gravedad. La copa o recipiente de pintura es una pieza fija que va unida a la parte superior del cuerpo del aerógrafo. Es el más adecuado para el maquillaje facial, ideal para el maquillaje HD.
- Por succión: el depósito se encuentra en la parte inferior del aerógrafo y es una parte móvil (recipientes o frascos), por lo que se puede cambiar y reponer durante el trabajo.

Compresor: la presión del compresor debe ajustarse al tipo de aplicación a realizar; en el caso de aplicar maquillaje facial, la presión más adecuada es entre 0,4 y 0,7 bares.

Las agujas también tienen diferentes diámetros: 0,2 mm (uñas), 0,3 mm (cara) y 0,5 mm (cuerpo). A la hora de maquillar el rostro es muy importante elegir el equipo adecuado ya que se trabaja en zonas muy sensibles y delicadas, cerca de los ojos, la boca, la nariz, las orejas. El equipo debe tener una aguja no mayor a 0,35 mm para tener precisión y tanto el compresor como el aerógrafo deben funcionar perfectamente a baja presión.

Mantenimiento y limpieza:

Cada vez que se termina una aplicación, el mantenimiento y la limpieza adecuados son esenciales para evitar obstrucciones. Para ello, es necesario desmontarlo pieza por pieza, utilizando siempre un recipiente de plástico (ni cristal ni metal), y limpiar una a una todas las piezas utilizando un producto de limpieza específico y unos pequeños cepillos especiales para poder acceder a todas las esquinas de las piezas. No sumergir nunca en agua, alcohol o aguarrás.

Un aerógrafo sucio o descuidado da muchos problemas, presenta fallos en el suministro de aire o pintura y eso hace que se obtenga una aplicación irregular.

Productos y técnicas de dilución:

Los maquillajes para aerógrafo deben estar especialmente formulados utilizando pigmentos fluidos con tamaños de partícula muy pequeños para no taponar ni obstruir los conductos del equipo. La mayoría de los productos son a base de siliconas y el fino tamaño de los pigmentos es lo que proporciona un acabado perfecto, totalmente mate y una larga durabilidad permitiendo que la piel respire, sin necesidad de retoques y con un aspecto terso y natural. También hay productos a base de agua, aceite y alcohol. La silicona como base de maquillaje tiene la ventaja de ser muy elástica y resistente al calor y al agua.

La técnica del aerógrafo también se utiliza para el autobronceado, la pintura corporal, los tatuajes temporales y el arte de las uñas y también se ha utilizado durante mucho tiempo en el maquillaje de efectos especiales.

MAQUILLAJE CLARO Y OSCURO

La técnica claroscuro se basa en la capacidad que tienen los colores oscuros de reducir ópticamente el volumen de los objetos o de la piel donde se aplican, mientras que los colores claros aportan amplitud ópticamente.

PREPARAR LA PIEL

De forma similar al maquillaje facial, hay que preparar la piel. Para ello, se desinfecta la piel con productos específicos para cada zona y se puede poner una prebase que hidrate y ayude a la posterior fijación de los productos. Dependiendo del tipo de piel y la zona, es fácil encontrar una gran variedad de productos en el mercado.

DESMAQUILLAR

Para desmaquillar el cuerpo se utilizan diferentes tipos de aceites; para colas y adhesivos se suele utilizar aceite de ricino y para el maquillaje se utiliza aceite de coco; también se pueden utilizar otros aceites de origen vegetal. Lo ideal es poner los productos desmaquillantes sobre la piel, masajeando y luego retirarlos con un algodón, eliminar el exceso de aceite con agua micelar y tonificar la piel con sprays fríos.

Ejercicio: «Hoja de control de herramientas y cosméticos»

El area de trabajo

El area de trabajo debe ordenarse, limpiarse y desinfectarse previamente antes de iniciar el maquillaje. Al final de la actividad, el alumno debe dejar el espacio tan limpio como estaba al principio. Las herramientas que se van a utilizar dependerán del tipo de maquillaje y del área del cuerpo/rostro. La camilla o sillón anatómico se cubrirá con ropa desechable. Es necesario contar con un buen sistema de iluminación, con luz natural, así como con un tocador con espejo. Un carro lateral resulta útil para colocar todas las herramientas y cosméticos en el mismo sitio. Todos ellos deben conservarse y desinfectarse previamente.

Herramientas y cosméticos

Herramientas	Verificación
Tocador	
Espejo	
Luces	
Sillón de maquillaje	
Recipientes de cristal	
Paleta de mezcla para mezclar colores con una espátula	
Pinceles	
Aerógrafos	
Cuchara de plástico	
Borlas	
Esponjas de espuma y de látex	
Mascarilla facial	
Pañuelos de papel	
Algodón	
Bastoncillos de algodón	
Ropa interior	
Spray desinfectante para el material y la piel	

Cosméticos	Verificación
Agua limpia	
Sombra de ojos	
Base de maquillaje	
Prebase de maquillaje	
Maquillaje oleoso	
Maquillaje con alcohol	
Máscara de pestañas	
Prótesis corporal, cutánea y facial	

Título del material o actividad	2. Tarea práctica: «Selección de diseños para el cliente»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>En esta actividad, el alumno adquirirá destrezas para elaborar diseños y bocetos antes de la ejecución del maquillaje. El alumno realizará un análisis morfológico corporal del cliente. Esta actividad mejorará las competencias profesionales, la gestión del tiempo y las habilidades comunicativas y de TIC. La tarea también puede realizarse en inglés, para mejorar los conocimientos del alumno de esta lengua.</p> <p>Paso 1: recepción del cliente y realización del análisis corporal. Ver el vídeo adjunto a continuación (Cómo tomar medidas y determinar el tipo de cuerpo).</p> <p>Paso 2: registrar los datos del análisis en la ficha electrónica de información de los clientes.</p> <p>Paso 3: navegar por internet para buscar inspiración para el diseño, por ejemplo, personajes, música, naturaleza.</p> <p>Paso 4: elaborar el diseño de la pintura corporal final.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	Material necesario: <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo de YouTube • Papel, tableta u ordenador • Lápices de colores
Tiempo necesario	1 hora y 30 minutos
Anexos	Guía de estudio del cuerpo, diseño y realización de bocetos para la pintura corporal. https://www.youtube.com/watch?v=KAJP6e49rlc
Solución de la actividad	Ejemplos de diseños de pintura corporal

GUIA DE ESTUDIO DEL CUERPO, DISEÑO Y REALIZACIÓN DE BOCETOS PARA LA PINTURA CORPORAL

La pintura corporal es el arte de pintar cualquier efecto en el cuerpo, desde un simple tatuaje en el brazo hasta la reproducción de una pintura famosa, o pintar a un modelo para que parezca que va completamente vestido. Como el proceso de pintura corporal requiere mucho tiempo, es esencial planificar el diseño en papel y aplicarlo a un maniquí o modelo antes de la sesión, el vídeo o el desfile de moda. Esta es una excelente manera de superar por adelantado los problemas con el diseño o el aspecto final. Antes de comenzar la ejecución de un protocolo de pintura corporal, es importante pensar en la composición del cuerpo y cómo afectará esta a las opciones de diseño en el proceso de pintura corporal. Pintar ropa puede ser un ejercicio útil, no solo por la composición, sino también para pensar en sombras y reflejos y hacer que parezca en 3D. También es importante evaluar la estructura muscular y las formas y contornos naturales del cuerpo humano. Este aspecto ayudará a diseñar otras piezas y puede ser útil para pintar diseños de cosplay, zombis, etc. Muchos expertos sugieren buscar diseños de heráldica y tatuajes para la composición, especialmente para pintar algo más ilustrativo. La secuencia podría ser elegir un tema, pensar en la ubicación de la imagen y los aspectos más importantes al respecto y cómo se podrían llenar los espacios intermedios.

Una forma fácil de pintar el cuerpo de una mujer y que quede bien es aprovechar sus curvas. Donde puede parecer difícil encontrar áreas grandes en las mujeres que se puedan usar como «lienzo», el truco es «envolver» el cuerpo con tu obra de arte. El diseño de pintura corporal centrado en el vientre funciona muy bien para mujeres que suelen ir vestidas y tienen esta parte del cuerpo descubierta. Actúa desafiando la idea de «aprovechar las curvas» que acabo se acaba de exponer (en el arte, las reglas están hechas para romperse). La belleza de la pintura corporal en el vientre es que es una buena área, grande, segmentada y plana, que actúa como una especie de «lienzo»: se puede utilizar un concepto que funcione bien en un lienzo plano y transferirlo directamente al cuerpo. Lo mejor de centrarse en el vientre es que se puede relacionar fácilmente con otros aspectos de la pintura corporal, como la envoltura lateral.

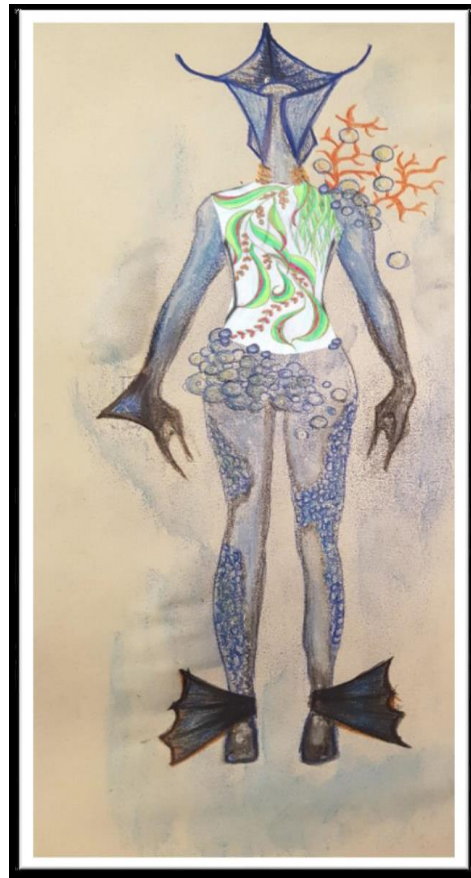
Una manera fácil de hacer que la pintura corporal quede genial en los hombres es aprovechar el área del pecho y sus músculos. Los hombres suelen tener cuerpos más grandes que las mujeres. De la misma manera que el vientre ofrece una gran área segmentada para colocar una obra de arte, el pecho cumple el mismo propósito en los hombres. Haz una pieza central que abarque ambos pectorales o concéntrate simplemente en uno de ellos: ambos diseños quedan geniales. También funciona muy bien como conexión con en el área del cuello o del hombro.

Algunos diseños de pintura corporal funcionan bien en todo el mundo, hombres y mujeres por igual. Por ejemplo, la parte superior de los brazos funcionan tan bien porque el brazo es una buena área segmentada que tiene algunas curvas y características interesantes con las que jugar.

Para crear un diseño es necesario conocer los deseos y preferencias del cliente o la temática del evento que se va a realizar. El resultado del estudio corporal también influye en el tipo de diseño que se puede realizar, para que sea lo más estéticamente agradable posible. El diseño debe ajustarse al volumen del cuerpo.

Para elegir el tema, se buscará información previa para inspirar al profesional y que pueda realizar el diseño más creativo para el cliente. El diseño se realizará mediante un boceto, que es el punto de partida. Tener un boceto le permitirá al técnico ver si cada parte del diseño funciona en el área del cuerpo que se pintará y también servirá como guía una vez que el técnico esté pintando. También se tienen en cuenta los complementos que acompañan al diseño.

EJEMPLOS DE DISEÑOS DE PINTURA CORPORAL



Título del material o actividad	3. Caso práctico: «Creación de una guía de trabajo para una pintura corporal»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad permite a los alumnos desarrollar una guía de trabajo sobre el protocolo previo a la ejecución del maquillaje. Una vez seleccionada la versión final del diseño, se debe secuenciar y programar el protocolo y se deben incluir las herramientas a utilizar.</p> <p>Paso 1: lectura del documento «Protocolo de ejecución de la pintura corporal» y de la introducción del caso práctico.</p> <p>Paso 2: elaboración de la guía de trabajo para una pintura corporal incluyendo la secuencia y tiempos del proceso para la posterior realización del maquillaje corporal.</p> <p>Esta actividad mejorará las competencias profesionales y las habilidades de gestión del tiempo.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caso práctico: «Creación de una guía de trabajo para una pintura corporal» • Ordenador, tableta o papel.
Tiempo necesario	1 hora
Anexos	<p>Folleto: «Protocolo de ejecución de la pintura corporal»</p> <p>Caso práctico: «Creación de una guía de trabajo para una pintura corporal»</p>
Solución de la actividad	Solución: «Creación de una guía de trabajo para una pintura corporal»

PROTOCOLO DE EJECUCIÓN DE LA PINTURA CORPORAL

1. Recepción del cliente.
2. Preparación del cliente: ropa interior, pezoneras, calzado desechable.
3. Preparación del área de trabajo: silla o sillón de maquillaje, carro auxiliar con los materiales y herramientas a utilizar, equipo (aerógrafo). Elección de los cosméticos y materiales adecuados y preparación de la zona (30 minutos).
4. Transferencia del diseño a la piel:
 - a. Preparar la piel con desmaquillantes y aplicar una prebase en toda la zona a maquillar para unificar la superficie de la piel y mejorar la fijación del maquillaje (10 minutos).
 - b. Antes de comenzar, se debe realizar una prueba de maquillaje en el cliente para comprobar que los colores y técnicas elegidos son los más adecuados.
 - c. Realizar el análisis morfológico del cuerpo sobre el que se va a maquillar, ajustando los volúmenes donde se desee. El diseño debe tener armonía y aunque sea un diseño asimétrico siempre debe haber armonía y equilibrio entre las figuras. Para lograr esto, se debe pensar que cada estructura independiente (dibujo) tiene un eje central para poder encajarlas sin que el resultado se vea desequilibrado.
 - d. El diseño se transfiere a la piel, marcándolo con lápiz blanco o beige (20 - 30 min). Ten en cuenta que en el maquillaje corporal generalmente se pretende que el cuerpo aparezca como un lienzo sobre el que trabajar, creando una nueva imagen, por lo que evitamos centrar la atención en los senos u otras partes concretas.
5. Colorea el diseño. Según el diseño y el boceto, se seleccionan las herramientas, los cosméticos y los utensilios más apropiados. Aplicación del maquillaje con pinceles, esponjas o el material elegido para completar el diseño sobre la piel del cliente (2 – 4 horas, dependiendo de si es un diseño de cuerpo parcial o completo). Se puede comenzar aplicando colores oscuros y luego colores claros o aplicando una base general en toda la zona y luego trabajando sobre ella. La técnica más adecuada es aquella que el profesional concluye que garantizará los efectos y resultados deseados.

Hay que tener en cuenta:

- La aerografía proporciona durabilidad y una aplicación uniforme sin esfuerzo.
 - Cada tipo de pincel de maquillaje tiene ciertas características de uso: líneas, trazos únicos, difuminados, borrado, efectos, aplicación de polvos, geles.
 - Se pueden utilizar maquillajes a base de alcohol, a base de silicona, a base de agua y grasos. No olvides las pautas para combinar diferentes tipos de maquillaje:
 - El alcohol solo se puede difuminar con alcohol.
 - Las siliconas deben sellarse, pero con menor saturación que los productos grasos.
 - Los productos oleosos deben sellarse después de la aplicación y luego hay que trabajar sobre ellos.
 - Los productos a base de agua se pueden lavar con agua y cosméticos que la contengan, pero hay que tener cuidado con la transpiración de la piel. Esta es la razón por la cual el tratamiento prebase seleccionado es muy importante.
6. Fijación del maquillaje. Se utilizan fijadores específicos que pueden tener un mayor contenido de agua, silicona o alcohol. Se utilizará uno u otro dependiendo de los productos utilizados y el resultado deseado (5 minutos).
 7. Fotografiar el resultado desde diferentes perspectivas, evaluar posibles desviaciones y corregirlas (10 min).

8. Evaluación del resultado final y comparación con el boceto para controlar y mejorar resultados futuros (10 min).
9. Eliminación del maquillaje. Utilizar cosméticos desmaquillantes específicos o aceite de coco si la persona no es alérgica. Limpiar con papel de celulosa lavable empapado en tónico para equilibrar el pH de la piel.
10. Al final del proceso, el área de trabajo y las herramientas se limpian, desinfectan y esterilizan. Todos los productos cosméticos se almacenan correctamente.

Caso práctico: «Creación de una guía de trabajo para una pintura corporal»

Una mujer de 35 años acude a tu centro de estética y te pide un servicio de pintura corporal para una fiesta de verano. Tiene el diseño que quiere pintarse en la barriga. Tienes que crear la plantilla de la guía de trabajo para el protocolo, incluyendo todos los datos e información que es necesario tener en cuenta.

Solución: «Creación de una guía de trabajo para una pintura corporal»

Fecha:	Nombre del evento y/o empresa:	Nombre completo del cliente:	
Número de teléfono:	Correo electrónico:		
Técnica	Materiales y cosméticos		Tiempo
Observaciones:			
Recomendaciones:			

Título del material o actividad	4. Tarea práctica: «Pintura del vientre con productos hipoalérgicos»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en realizar una pintura del vientre utilizando la información facilitada en actividades anteriores. Ayuda al alumno a tratar con clientes especiales que tienen necesidades y condiciones específicas. El alumno desarrolla el protocolo establecido para la cliente.</p> <p>Paso 1: recepción y preparación de la cliente.</p> <p>Paso 2: preparación del área de trabajo y de las herramientas y cosméticos.</p> <p>Paso 3: maquillaje de la cliente.</p> <p>Paso 4: eliminación del maquillaje.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenda de papel o electrónica • Equipo en el área de trabajo • Pinceles, aerógrafos, esponjas de espuma, pañuelos, bastoncillos de algodón, spray limpiador, spray con agua destilada, agua limpia • Cosméticos para aerógrafo y maquillaje graso
Tiempo necesario	3 horas
Anexos	<p>Pintura del vientre</p> <p>Utensilios y cosméticos para el maquillaje corporal (ver actividad 1)</p> <p>Protocolo de ejecución de la pintura corporal (ver actividad 3)</p> <p>Hoja de control de herramientas y cosméticos</p>
Solución de la actividad	Ejemplos de diferentes soluciones

PINTURA DEL VIENTRE

La pintura del vientre es una técnica cada vez más utilizada por las mujeres embarazadas. Se basa en pintar la barriga para una fiesta de nacimiento o para una sesión fotográfica. Esta tendencia consiste en dibujar los diseños que prefiere la futura madre y que suelen estar relacionados (en la mayoría de los casos) con el momento que ella está atravesando o con un momento especial para los padres. A veces son dibujos sencillos realizados por los más pequeños y en otras ocasiones son pinturas más sofisticadas.

Las pinturas utilizadas son naturales y con materiales no tóxicos, por lo que el maquillaje se puede lavar fácilmente con agua. No es perjudicial ni para la piel de la madre ni para la salud del bebé.

Una sesión de pintura del vientre puede durar una o varias horas dependiendo del diseño elegido.

Se recomienda hacerlo entre los seis y los ocho meses de embarazo, ya que la barriga es más prominente en esa etapa y todavía hay tiempo hasta dar a luz. Pero dependerá de los gustos de cada mujer. Algunas mujeres embarazadas se pintan la barriga mes a mes para mostrar cuánto está creciendo. Otras utilizan esta técnica para informar a los familiares del sexo del bebé.

Las pinturas para pintar el vientre son inofensivas, hipoalérgicas y sin perfume. Por lo general, contienen extractos de pigmentos de plantas naturales, que son seguros, no penetran en la piel y no la irritan. Las pinturas son a base de agua, 100 % naturales y sin productos químicos. Al ser productos a base de agua, son muy fáciles de eliminar aplicando suavemente agua y jabón en la ducha. También se pueden eliminar con toallitas húmedas. Las pinturas en spray resaltan los colores y mejoran el brillo. En cualquier caso, se deben utilizar pinturas que sean fáciles de aplicar en toda el cuerpo y que sean fáciles de quitar.

Se debe preparar el área a pintar. Se puede utilizar agua destilada o micelar para preparar cuidadosamente la zona, en este caso el abdomen. Con frecuencia, en la pintura del vientre también se utilizan productos con látex, por lo que es muy importante prestar atención a las alergias. El látex permite crear relieves y efectos tridimensionales con un brillo muy especial en el cuerpo de la mujer embarazada.

Tres tipos de técnicas de pintura para la barriga de embarazada:

- A mano: generalmente requiere mucho tiempo, aunque depende del diseño.
- Con aerógrafo y plantillas: esto es más rápido y apenas se estimula al bebé.
- Con esponja: permite la aplicación fácil y precisa de colores fluorescentes. Esta es la mejor opción si el diseño debe contener colores intensos como el verde fluorescente o el fucsia. El primer paso es colocar la esponja y luego aplicar la pintura.

Aunque hay varias opciones, la aerografía es la más utilizada. Permite la aplicación uniforme del color en el vientre de la mujer sin causar degradaciones de color ni manchas. Es una técnica sofisticada que requiere un buen pulso pero que es muy precisa y, si se controla bien, es cómoda de usar.

El pincel se puede utilizar para detalles, como escribir el nombre del futuro bebé o para rellenar bordes y números. Sin embargo, lo habitual a la hora de ejecutar un diseño de pintura del vientre es mezclar varias técnicas. Por ejemplo, el aerógrafo para pintar toda la barriga de la mujer con un color determinado y el pincel para hacer el propio dibujo o escribir el nombre.

Hoja de control de herramientas y cosméticos

El area de trabajo

El area de trabajo debe ordenarse, limpiarse y desinfectarse previamente antes de iniciar el maquillaje. Al final de la actividad, el alumno debe dejar el espacio tan limpio como estaba al principio. La camilla o sillón anatómico se cubrirá con ropa desechable. Es necesario contar con un buen sistema de iluminación, con luz natural, así como con un tocador con espejo. Un carro lateral resulta útil para colocar todas las herramientas y cosméticos en el mismo sitio. Todos ellos deben conservarse y desinfectarse previamente.

Herramientas y cosméticos

Herramientas	Verificación
Tocador	
Espejo	
Luces	
Sillón de maquillaje	
Recipientes de cristal	
Paleta de mezcla para mezclar colores con una espátula	
Pinceles	
Aerógrafos	
Cuchara de plástico	
Borlas	
Espojas de espuma y de látex	
Mascarilla facial	
Pañuelos de papel	
Algodón	
Bastoncillos de algodón	
Ropa interior	
Spray desinfectante para el material y la piel	

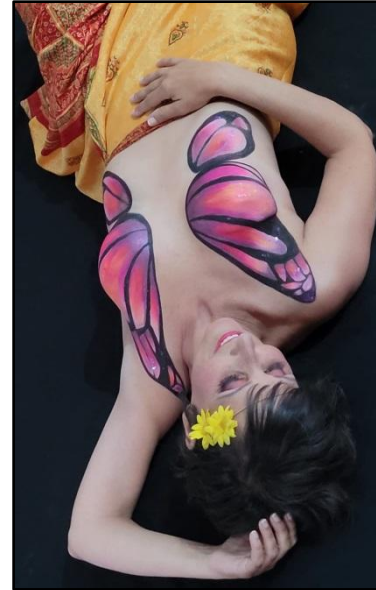
Cosméticos	Verificación
Agua limpia	
Sombra de ojos	
Base de maquillaje	
Prebase de maquillaje	
Maquillaje oleoso	
Maquillaje con alcohol	
Máscara de pestañas	
Prótesis corporal, cutánea y facial	

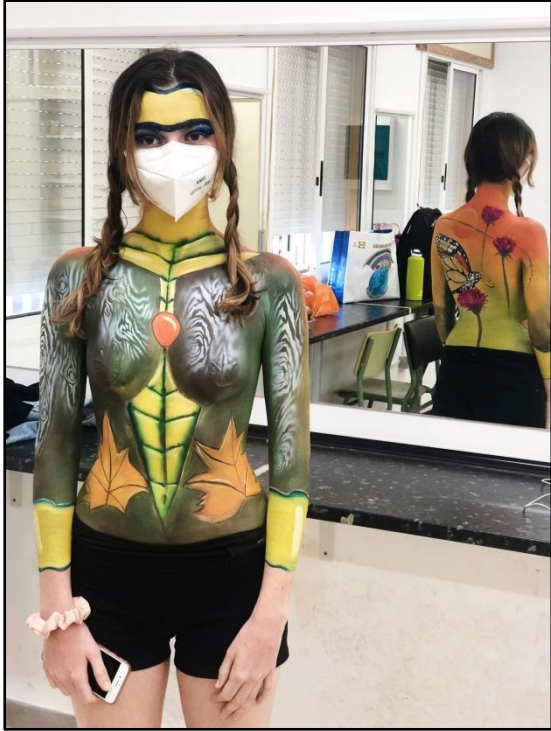
Ejemplos de diferentes soluciones



Título del material o actividad	5. Ejercicio: «Diseños de pintura corporal para un evento de concienciación sobre el cáncer de mama»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>Esta actividad permite a los alumnos proponer diseños para un evento de concienciación sobre el cáncer de mama.</p> <p>En esta actividad, el alumno adquirirá destrezas para elaborar diseños y bocetos antes de la ejecución del maquillaje.</p> <p>Paso 1: recopilación de información sobre el evento: tema, número de modelos, duración, etc.</p> <p>Paso 2: navegar por internet para buscar inspiración para el diseño, por ejemplo, personajes, música, naturaleza.</p> <p>Paso 3: creación de varios diseños para proponer al cliente.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Papel, tableta u ordenador • Lápices de colores
Tiempo necesario	3 horas
Anexos	Guía de estudio del cuerpo, diseño y realización de bocetos para la pintura corporal (ver actividad 2)
Solución de la actividad	Ejemplos de diferentes diseños para un evento de concienciación sobre el cáncer de mama.

Ejemplos de diferentes diseños para un evento de concienciación sobre el cáncer de mama





Título del material o actividad	6. Tarea práctica: «Crear un sitio web informativo»
<p>Presentación o descripción de los pasos de la actividad</p>	<p>Esta actividad consiste en crear una página web para informar a la audiencia sobre los servicios del centro de belleza, presentar a las personas que trabajan allí y mostrar dónde se encuentra el centro, los servicios que ofrece y más información sobre los beneficios para los clientes potenciales. El objetivo es mejorar las competencias TIC de los alumnos de un salón de belleza y contribuir a las competencias ecológicas, reduciendo el uso de papel y potenciando las herramientas digitales.</p> <p>Para llevar a cabo la tarea, el alumno utilizará un vídeo tutorial que se puede ver en diferentes idiomas para mejorar las habilidades en idiomas extranjeros:</p> <p>Paso 1: visualizar los tutoriales de Google.</p> <p>Acceder Interfaz Insertar elementos Crear páginas y subpáginas Cambiar el diseño Compartir y publicar</p> <p>How to Use Google Sites 2020 - Tutorial for Beginners Tutorial en inglés por Teacher's Tech</p> <p>Paso 2: seguir los pasos descritos en los tutoriales y crear la página web incluyendo la siguiente información: un logo o imagen identificativa del centro; un mapa de la ubicación con direcciones, teléfono de contacto, correo electrónico y horario de apertura; tratamientos ofrecidos; fotos o vídeos que acompañen los diferentes apartados: personal que realiza la pintura corporal, eventos, pintura del vientre, maquillaje, cosmética, etc. Tener en cuenta clientes con necesidades especiales (por ejemplo, tras una cirugía oncológica) y el uso de pigmentos ecológicos y naturales.</p>
<p>Tipología de la actividad</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta</p>
<p>Materiales, equipos o herramientas necesarios</p>	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenador o tableta • Conexión a Internet • Cuenta de Google • Aplicación Google Sites (también puedes usar WordPress, Vimeo, etc.)
<p>Tiempo necesario</p>	<p>Paso 1: 30 minutos Paso 2: 2 - 4 horas</p>
<p>Anexos</p>	<p>Materiales proporcionados en las actividades 1 - 4</p>
<p>Solución de la</p>	

actividad	
-----------	--



Título del material o actividad	7. Tarea práctica: «Crear una encuesta de satisfacción»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>El objetivo de esta actividad es elaborar una encuesta de satisfacción a los clientes para evaluar la calidad de los servicios que presta el centro de estética. El alumno mejorará sus competencias comunicativas y TIC. La encuesta también se puede preparar en idiomas extranjeros.</p> <p>Paso 1: revisar la información proporcionada en «Calidad de los servicios de maquillaje permanente y decoración temporal».</p> <p>Paso 2: crear una encuesta de satisfacción del cliente en un Formulario de Google mediante una propuesta de preguntas relacionadas con el servicio y trato realizado. Las preguntas han de comprobar aspectos como la información, la eficacia, las instalaciones, el mobiliario, la higiene y prevención, la idoneidad del trato, la organización, la imagen personal y la calidad técnica del servicio.</p> <p>Paso 3: enviar la encuesta al cliente por correo electrónico.</p> <p>Para utilizar Google: Acceder a los Formularios Conocer la interfaz Añadir preguntas Añadir contenido multimedia Enviar formularios Ver las respuestas Personalizar y configurar</p> <p>Tutorial en inglés How to use Google Forms: tutorial para principiantes por #simpletivity Scott Friesen</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ordenador o tableta ● Conexión a Internet ● Cuenta de Google ● Aplicación «Formularios de Google»
Tiempo necesario	<p>Fase 1: exhibición de una muestra, 30 min</p> <p>Fase 2: desarrollo de la actividad, a partir de 2 horas</p>
Anexos	Calidad en los servicios en actividades de pintura corporal
Solución de la actividad	Ejemplo de encuesta de satisfacción del cliente en Formularios de Google y formulario impreso: https://forms.gle/aXWvo3a3tvqRox6t6

CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN ACTIVIDADES DE PINTURA CORPORAL

La calidad del servicio prestado no depende solo del resultado óptimo del trabajo realizado, sino también de la **atención percibida por el cliente y de la buena imagen que somos capaces de proyectar.**

Calidad en la realización y venta de los servicios

La ética profesional para ofrecer información y asesorar y recomendar seriamente es fundamental para los clientes que quieren someterse a un tratamiento de manicura o belleza de manos. Esto, junto con la buena práctica profesional, son ingredientes básicos para conseguir el objetivo: la satisfacción y fidelización de los clientes.



Calidad en la venta de productos

Para una venta de calidad y la fidelización de los clientes, hay que tener en cuenta:

- Honradez: ofrecer productos no discriminatorios que sean realmente necesarios.
- Valorar el producto con su precio justo; sin valorarlo por encima o por debajo de su precio recomendado.
- Ética: describir los efectos del producto sin mentir ni engañar al cliente.

Parámetros que definen la calidad de los servicios

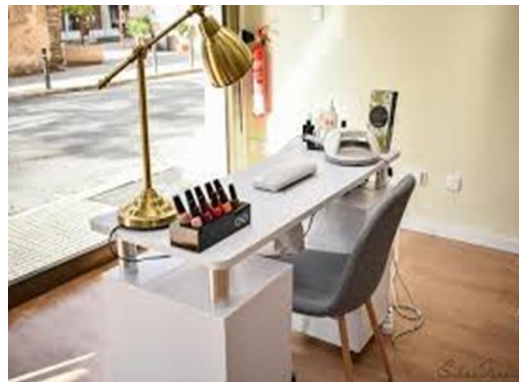
- Efectividad: lograda a través de la obtención de resultados a corto y largo plazo.
- Instalaciones: deben ser acogedoras y seguras y estar limpias.
- Mobiliario: debe ser adaptable, adecuado y cómodo.
- Higiene y prevención: estos son elementos clave para la calidad del servicio.
- Adecuación del tratamiento: cada tratamiento debe ser personalizado y estar ajustado a las necesidades y requerimientos del cliente.

- Organización: se refiere a la planificación del trabajo. Control de agenda e inventario y control de horarios de los servicios.
- Imagen personal: se refiere tanto a la apariencia externa como a la actitud y el comportamiento.
- Calidad técnica del servicio: los equipos de trabajo deben estar en perfecto estado, limpios, desinfectados y esterilizados.
- Los productos deben estar en óptimas condiciones de envasado y etiquetado y hay que controlar las fechas de caducidad.
- El protocolo de tratamiento debe estar bien estipulado, con pasos y tiempos de trabajo bien controlados.

La imagen como factor de calidad del servicio

Las instalaciones

- La apariencia física de la empresa: la iluminación, la temperatura, la limpieza y orden, el mobiliario, así como los artículos de promoción, cuyos objetivos son llamar la atención, acercan al cliente al producto y facilitan que compre.
- El ambiente profesional: destacan aspectos como el servicio y trato al cliente, la profesionalidad, la eficacia, la organización y la colaboración entre las personas que forman la empresa.

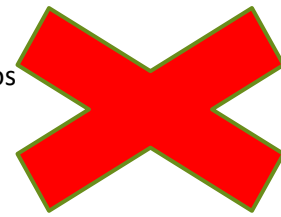


Los profesionales

- Aspecto o imagen del profesional en el trato con los clientes.
- Actitud: disposición, simpatía, dinamismo y entusiasmo.
- Los valores que garantizan la solidez de una empresa: honestidad, credibilidad y confianza.

Actitudes negativas que no se deben mostrar frente a un cliente

- Malos modales o conflictos.
- Criticar o hacer comentarios negativos sobre la empresa, los compañeros u otros clientes.
- Discutir con otros compañeros.
- Bostezos, muestras de cansancio o pereza.



Recepción y atención al cliente

La comunicación con el cliente es el primer paso de la recepción. Debe ser acogedora para que el cliente se sienta cómodo, y hay que prestar especial atención a la comunicación tanto verbal como no verbal. La comunicación no verbal es aquella que se expresa a través de la imagen que ofrecemos, tanto de la empresa como de nosotros mismos, así como del tono y los gestos que acompañan al lenguaje que utilizamos.

Debemos prestar especial atención a aspectos como los siguientes:

- Gesticular adecuadamente, tanto si la persona está tensa como relajada (comportamiento no verbal).
- Escuchar lo que quiere el cliente y sus expectativas sobre el servicio que va a recibir. Informar al cliente de forma precisa y personalizada, creando un clima de confianza, seguridad y esperanza.
- Hacer preguntas breves que aporten más información, mostrar interés y empatía por el cliente.

Tipología de los clientes

- Tímidos: se caracterizan por ser reservados, inseguros y porque prefieren escuchar. En persona, trata de ofrecerles confianza y ayuda.
- Habladores: son comunicativos, abiertos e impulsivos. Durante el tratamiento, trata de ser amable y abierto, breve y educado.
- Excitables: son quisquillosos, exigentes, ofensivos y agresivos. Durante el tratamiento, mantén la calma y escucha.
- Irracionales: negativos, siempre pensando que tienen razón y no objetivos. En un contexto presencial, mantener la calma, llegar a acuerdos y exponer argumentos.
- Escépticos: muy desconfiados; lo cuestionan todo y son directos y críticos. Durante el servicio, actúa con sinceridad y paciencia y transmíteles seguridad.
- Silenciosos: directos al grano, poco diplomáticos. Con educación y brevedad, tomamos las riendas.
- Presuntuosos: orgullosos, engreídos, creen saberlo todo. Durante el servicio, trata de no competir con ellos, actúa con humildad y amabilidad.

Satisfacción de los clientes

Satisfacer las necesidades de los clientes es el principal objetivo de todo profesional y el elemento más importante para gestionar la calidad.

Es fundamental definir el concepto de satisfacción del cliente para cada empresa y para cada servicio, desarrollar sistemas de medición y crear modelos de respuesta inmediata ante posibles insatisfacciones.

Un cliente satisfecho es la base del éxito profesional. Agregar valor a un producto o servicio puede aumentar la satisfacción y la lealtad de los clientes.

Un cliente satisfecho es un cliente fiel. Por tanto, seguirá pidiendo nuestros productos y servicios y favorecerá la captación de nuevos clientes.

Técnicas de fidelización

Estas técnicas nos permiten obtener una mayor fidelización de los clientes.

Las nuevas tecnologías son herramientas eficaces para complementar las técnicas tradicionales de fidelización, basadas en una buena comunicación y relación con los clientes. Entre las técnicas de fidelización más utilizadas se encuentran:

- Envío de ofertas y novedades sobre nuestros productos y servicios.
- Campañas de información y marketing.
- Envío de detalles, felicitaciones, etc.

Se trata de obtener y aprovechar toda la información que podamos recabar sobre nuestros clientes, sus opiniones, deseos y expectativas, para poder ofrecerles productos y servicios de forma satisfactoria.

Evaluación

La mejor evaluación es aquella que nos permite obtener información para poder valorar los resultados de forma objetiva, sacar conclusiones y tomar decisiones.

Se utilizan cuestionarios para evaluar aspectos como: la calidad del servicio, el tiempo de espera, el precio, la atención al cliente, etc.

No siempre son completamente fiables, por lo que debemos complementar esta información con otra adicional, como la obtenida de forma verbal y directa preguntando periódicamente a los clientes.

Desviaciones en la prestación de servicios

Es inevitable que, en ocasiones, nuestro trabajo falle, lo que puede conducir a desviaciones en los resultados esperados. Por ello, es fundamental que tengamos una serie de pautas que nos puedan ayudar a corregir y solucionar estos casos, siempre en busca de la satisfacción del cliente.

Para identificar estas desviaciones, debemos establecer las diferentes etapas por las que pasa el cliente para recibir el servicio. Haremos un análisis de los factores que pueden fallar para así evitar posibles desviaciones del resultado esperado.

Pautas a tener en cuenta:

- Resuelve el problema antes de que el cliente abandone el salón de belleza.
- Intenta resolver el problema y no ignorarlo.
- Cuando un profesional comete un error, además de una disculpa, ofrece una solución satisfactoria para el cliente.
- Trata al cliente con tacto, razonando con educación y amabilidad. No contradigas drásticamente los argumentos del cliente y así evita conflictos y trata de resolverlos con discreción para que no se enteren otros clientes.
- Ten a su disposición hojas de reclamación, en caso de que las soliciten.

El cliente siempre tiene razón. ¿Cómo manejar la queja de un cliente?

- Sé educado y amable. Pide disculpas, actuando siempre con calma.
- Ve directamente al origen del problema, evita conflictos o discusiones.
- Se discreto.
- Identifica el error y sugiere una solución: no cobres, haz un descuento u ofrece un servicio gratuito.
- Es nuestra obligación disponer de hojas de reclamación e informar a nuestros clientes de su existencia, con un cartel visible que así lo indique.
- Dispón de un seguro de responsabilidad civil para los casos en los que se nos pida una indemnización.

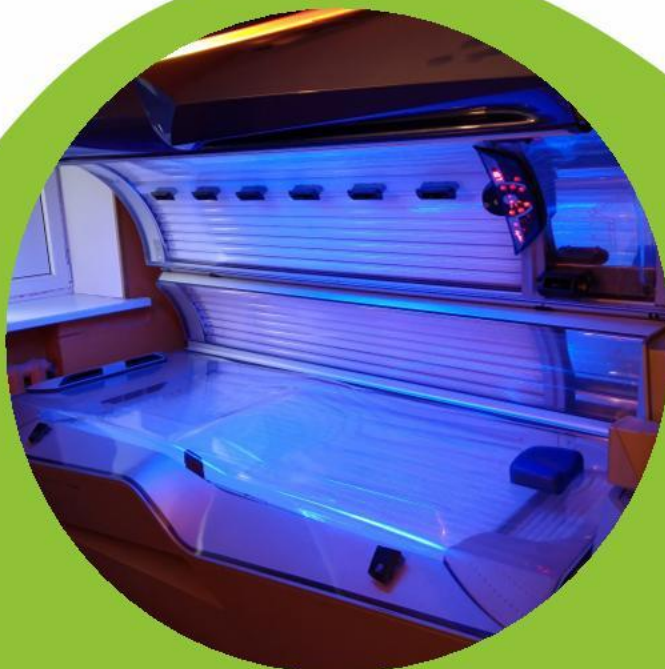
- Trata de encontrar una solución satisfactoria para el cliente.

Ejemplo de encuesta de satisfacción del cliente

<p style="text-align: center;">Su opinión es muy importante para nosotros</p> <p style="text-align: center;">Por favor, tome un poco de tiempo para completar este breve cuestionario.</p> <p style="text-align: center;">Nos ayudará a mejorar nuestros servicios.</p>								
Profesional que lo/la ha atendido (opcional):				Fecha:				
¿Es la primera vez que visita nuestro salón de belleza?				SÍ / NO				
Indique su valoración, considerando que 1 es la valoración más baja y 5 la valoración más alta.				1	2	3	4	5
1	Las medidas de protección utilizadas por el personal y los clientes cumplen con las medidas sanitarias de prevención frente a la COVID-19.							
2	El área de trabajo, el mobiliario, la decoración y el ambiente son adecuados para el servicio realizado.							
3	La imagen del personal es totalmente profesional. Inspira confianza.							
4	El tiempo de espera y el servicio han sido lo esperado.							
5	Se ha prestado atención a todas sus propuestas y deseos.							
6	La atención ha sido cordial y eficiente en todo momento.							
7	El resultado final ha sido completamente satisfactorio.							
8	El precio con respecto a la calidad del servicio es adecuado.							
9	Le gustaría seguir recibiendo nuestros servicios o probar otros nuevos.							
10	Recomendaría nuestros servicios a otras personas, amigos y familiares con la misma confianza que ha depositado en nosotros.							
Sugerencias de mejora/observaciones:								
MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN								



BRONCEADO
[TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA
BELLEZA]



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



2.6		BRONCEADO [TRATAMIENTO RELACIONADO CON LA BELLEZA]	
Los resultados del aprendizaje corresponden al MEC			MEC 4
Resultado del aprendizaje: la persona capaz de proporcionar servicios de bronceado eligiendo técnicas y productos apropiados según las necesidades y los deseos del cliente.			Indicadores que lo demuestran
Conocimientos	Habilidades	Responsabilidad y autonomía	
<i>La persona puede</i>	<i>La persona puede</i>	<i>Capacidades comprobadas</i>	<i>Con base en situaciones reales de trabajo</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Enumerar varios productos utilizados en técnicas de bronceado específicas, incluidas sus indicaciones y contraindicaciones. • Nombrar productos autobronceadores para usar en casa. • Clasificar varios métodos y técnicas de bronceado. • Recordar varios dispositivos utilizados para realizar servicios de bronceado (lámparas, camas, cabinas de sol y aerosol, aerógrafos). • Conocer los riesgos asociados a los servicios de bronceado (cáncer de piel, infecciones, adicciones). • Enumerar los 	<ul style="list-style-type: none"> • Usar dispositivos de bronceado (lámparas, camas, cabinas de sol y aerosoles, aerógrafos). • Seguir procedimientos estandarizados para prestar servicios de bronceado. • Asesorar a los clientes sobre indicaciones y contraindicaciones de las diversas técnicas, destacando los riesgos del bronceado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con base en las indicaciones del cliente, realizar el servicio de bronceado solicitado con diferentes técnicas y equipos, respetando las normas de higiene y asesorando sobre el cuidado de la piel antes y después del tratamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza el servicio de bronceado solicitado con diferentes técnicas, equipos y productos y conoce sus indicaciones y contraindicaciones. • Respeta las normas de higiene y aconseja sobre el cuidado de la piel antes y después del tratamiento. Utiliza aparatos de bronceado (lámparas, camillas, cabinas de sol y sprays, aerógrafos). Nombra productos autobronceadores para usar en casa. • Habla individualmente con el cliente de manera comprensible, también en un idioma extranjero (entrevista y observación). • Asesora a varios tipos de clientes sobre las indicaciones y

<p>principios básicos del cuidado de la piel antes y después del tratamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distinguir tratamientos para diferentes tipos de clientes, incl. embarazadas, personas mayores, enfermos de cáncer, personas con intolerancias, etc. 			<p>contraindicaciones de las diversas técnicas, destacando los riesgos del bronceado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrece recomendaciones individuales para cada cliente sobre los servicios de bronceado.
<p>Herramientas de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Demostración • Caso práctico • Test 		

2.6 Bronceado [tratamiento relacionado con la belleza]

Lista de materiales y actividades

1. Resumen teórico: «Breve historia del bronceado»
2. Caso práctico: «Métodos de bronceado y protección solar»
3. Tarea práctica: «Autobronceadores y productos para el consumidor»
4. Simulación: «Prueba de productos autobronceadores en casa»
5. Bibliografía sobre competencias ecológicas en productos autobronceadores

Objetivo de la unidad

Al final de esta unidad, la persona es capaz de proporcionar servicios de bronceado eligiendo técnicas y productos adecuados según las necesidades y deseos del cliente. Habilidades de comunicación, manejo de riesgos (cáncer de piel, infecciones, adicciones) y dar consejos y recomendar al cliente sobre productos para el cuidado en casa.

Competencias transversales tratadas

- Atención al cliente y comunicación
- Procesos de gestión y apoyo
- Gestión del tiempo
- Competencias TIC
- Lenguas extranjeras
- Competencias ecológicas

Habilidades de higiene y seguridad tratadas

- Conocimientos básicos de higiene y seguridad
- Equipos y herramientas en el sector del bienestar
- Desinfección de equipos y mobiliario, esterilización, etc.

Tipología de los materiales y recursos

- análisis de vídeo
- simulación
- demostración
- tarea práctica
- juego de roles

- caso práctico
- observación en situación de trabajo
- diálogos
- ejercicio escrito
- otros: _____

Título del material o actividad	1. Resumen teórico: «Breve historia del bronceado»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en <i>una breve introducción a la historia del bronceado</i>, en la que los alumnos deben estudiar individualmente. Esta actividad se puede llevar a cabo en un idioma extranjero para evaluar las habilidades lingüísticas de los alumnos. Es posible utilizar también otra fuentes de información disponibles.</p> <p>Paso 1: leer el artículo <i>A Short History of Tanning</i> de Sophie Wilkinson: https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/feb/19/history-of-tanning.</p> <p>Paso 2: elaborar un resumen del artículo.</p> <p>Paso 3: revisar el resumen del artículo con el formador.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>A Short History of Tanning</i> (una breve historia del bronceado) https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/feb/19/history-of-tanning • Ordenadores y conexión a internet
Tiempo necesario	<p>30 min (para leer el artículo)</p> <p>1 h 30 min (para el resumen)</p>
Anexos	<p><i>A Short History of Tanning</i> (una breve historia del bronceado) por Sophie Wilkinson</p> <p>https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/feb/19/history-of-tanning</p>
Solución de la actividad	

A Short History of Tanning (una breve historia del bronceado) por Sophie Wilkinson

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/feb/19/history-of-tanning>

[consultado el 17.12.2021]

«A medida que el bronceado pasa de moda en las agencias de modelos, recordemos cómo se ha percibido el tono de piel de las personas blancas a lo largo de los años.»

En los siglos que precedieron a la revolución industrial, la palidez era popular entre las clases altas porque sugería una vida noble en la que se disfrutaba del ocio en el interior. La piel oscura se asociaba con la servidumbre y el duro trabajo en los campos todo el día. El uso de blanqueadores venenosos para crear una piel pálida fue popular a lo largo de la historia, particularmente durante las antiguas épocas griega, romana e isabelina.

La moda de la palidez acabó después de la revolución industrial. La consecuente urbanización de Gran Bretaña desembocó en que, en el siglo XIX, las clases trabajadoras se trasladaran a las sombras. Vivieran en viviendas estrechas y trabajaran en minas y fábricas. Cualquier tiempo de ocio disponible se llevaba a cabo en el interior, para evitar el humo y el hollín de las calles. Los niños desarrollaban raquitismo y otras deformidades óseas y, en 1890, Theobald Palm descubrió que la luz del sol era esencial para el desarrollo óseo. Un año después, John Harvey Kellogg, que posteriormente inventaría los copos de maíz, ideó el «baño de luz incandescente», que fue utilizado por el rey Eduardo VII, quien instaló unidades en el Palacio de Buckingham para que ayudaran a curar su gota.

En 1903, Niels Finsen [recibió el premio Nobel de medicina](#) después de usar la «fototerapia» para eliminar las úlceras de la piel causadas por el lupus vulgaris. El bronceado no se puso de moda hasta 20 años después, cuando [Coco Chanel tomó demasiado el sol](#) en un crucero por el Mediterráneo. Las fotografías de su desembarco en Cannes sientan un nuevo precedente de belleza; su amigo, el príncipe Jean-Louis de Faucigny-Lucigne, [diría más adelante](#): «Creo que puede que ella inventara tomar el sol. En aquellos momentos, ella lo inventaba todo».

Pero para los británicos, este aspecto era una aspiración más que un logro: [las vacaciones no eran frecuentes](#) y no viajaban más allá de la playa o el campamento de vacaciones más cercano. La depresión, la Segunda Guerra Mundial y sus posteriores medidas de austeridad hicieron que lo más cerca que estuvieran las mujeres del bronceado fuera [rociarse las piernas con Bovril](#) para que pareciera que llevaban medias.

En la década de 1960, las películas en color y los viajes aéreos comerciales ya estaban disponibles y la gente pronto tuvo suficiente dinero para disfrutar de ambos. El glamur de tomar el sol atrajo a los británicos al Mediterráneo, especialmente a España. Cuando los conflictos económicos regresaron a Gran Bretaña en la década de los setenta, los métodos de bronceado sin sol, como el autobronceador Coppertone, crecieron en popularidad y, en 1978, se reintrodujeron las camas solares como una forma rápida de broncearse. El auge de los cosméticos en la década de los ochenta y la accesibilidad de los paquetes de vacaciones en el Mediterráneo también llevaron la moda del bronceado hasta la década de los noventa. Alrededor del 2000, una encuesta mostró que el 50 % de los británicos dijo que regresar bronceados era la razón más importante para irse de vacaciones.

Publicidad

Las mujeres con tonos de piel acaramelados (Jessica Alba, Beyonce, Halle Berry, Kim Kardashian) están al frente de los cánones de belleza del siglo XXI. Hay quien afirma que las mujeres blancas intentan lograr pieles similares, ignorando que los tonos de piel de estas celebridades son el resultado de que son mestizas o no son caucásicas. Sin embargo, los obsesionados con el bronceado también tienen a

Katie Price, Victoria Beckham e incluso a todo el elenco de [Geordie Shore](#) como modelos a seguir. El deseo de broncearse va más allá de las razas.

Los temores sobre los riesgos del bronceado se confirmaron en 2009, cuando se descubrió que las tasas de melanoma maligno en el Reino Unido habían aumentado más de cuatro veces en los últimos 30 años y que era la forma más común de cáncer entre las personas de 15 a 34 años. La Organización Mundial de la Salud [descubrió](#) que las personas que han estado usando dispositivos de bronceado antes de los 30 años tienen un 75 % más de probabilidades de desarrollar melanoma».

[La ley para regular el uso de las camas solares](#), presentada en 2010 con mucha ayuda de la cantante de Girls Aloud y exusuaria del bronceado Nicola Roberts, declaró ilegal que los salones de bronceado permitieran que los menores de 18 años usaran las camas solares. Sin embargo, no existe ninguna regulación sobre la frecuencia con la que un adulto puede usar una cama solar.

Título del material o actividad	2. Caso práctico: «Métodos de bronceado y protección solar»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad consiste en estudiar los métodos de bronceado y de protección solar. Los alumnos formarán grupos de 2 a 5 personas. El objetivo de la actividad es adquirir conocimientos sobre los métodos de bronceado y protección solar, incluyendo sus indicaciones y contraindicaciones.</p> <p>Paso 1: selección de los casos prácticos para cada grupo, un caso práctico por grupo.</p> <p>Paso 2: preparar una presentación de los métodos de bronceado, incluyendo el cuidado de la piel antes y después del tratamiento, en uno de los 4 casos prácticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tomar el sol, • lámparas y camas solares, • cabinas de bronceado en aerosol y aerógrafos • autobronceado <p>Las normas de higiene y seguridad y las indicaciones y contraindicaciones deben incluirse en la presentación.</p> <p>Paso 3: hacer una presentación frente a los otros grupos.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input checked="" type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenadores y conexión a internet • Diversas fuentes: los equipos encuentran información de forma independiente • Los equipos deben usar fuentes e imágenes fiables e incluir la lista de fuentes en la presentación.
Tiempo necesario	<p>60 minutos para los casos prácticos y la preparación de la presentación</p> <p>20 minutos por presentación</p> <p>10 minutos para la discusión con los demás equipos</p> <p>Total: 3 horas</p>
Anexos	Lista de enlaces
Solución de la actividad	

Lista de enlaces

Tomar el sol

<https://www.healthline.com/health/how-to-tan-faster#how-to-tan-fast>

<https://www.healthline.com/health/what-spf-should-i-use>

<https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/olive-oil-for-tanning#tanning>

<https://www.healthline.com/health/pregnancy/tanning-while-pregnant>

Lámparas y camas solares

<https://www.healthline.com/health-news/skin-healthy-glow-without-tanning-021614>

<https://www.healthline.com/health/how-long-does-a-tan-last#tan-lifespan>

Cabinas de bronceado en aerosol y aerógrafos

<https://www.healthline.com/health/how-long-does-a-tan-last#tan-lifespan>

<https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/how-long-does-a-spray-tan-last#before-you-spray-tan>

<https://www.healthline.com/health/pregnancy/spray-tan-while-pregnant#main-ingredient>

Autobronceado

<https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/best-self-tanners>

Título del material o actividad	3. Tarea práctica: «Autobronceadores y productos para el consumidor»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad tiene como objetivo aumentar el conocimiento sobre los productos autobronceadores para los consumidores y practicar las habilidades de comunicación y asesoramiento. La práctica de las habilidades de comunicación y asesoramiento se puede hacer como simulación y trabajando en parejas (una persona hace de esteticista y otra persona, de cliente). Esta actividad también se puede realizar en una lengua extranjera.</p> <p>Paso 1: leer un artículo sobre, por ejemplo, los 7 productos autobronceadores más seguros de EE. UU.: https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/best-self-tanners.</p> <p>Paso 2: elaborar una lista de productos autobronceadores. La lista debe incluir las principales descripciones de los productos.</p> <p>Paso 3: ofrecer información sobre los productos de bronceado al cliente, trabajando en parejas.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<p>Material necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenadores y conexión a internet • Diversas fuentes: los estudiantes o equipos encuentran información de forma independiente • El estudiante o equipo debe usar fuentes e imágenes fiables e incluir la lista de fuentes en la presentación.
Tiempo necesario	3 horas para encontrar la información necesaria para la tarea, preparar la presentación y realizar la simulación en parejas
Anexos	<p>Lista de los 7 productos autobronceadores: Enlace: https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/best-self-tanners</p>
Solución de la actividad	

Lista de los 7 productos autobronceadores:

Fuente de la tarea: <https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/best-self-tanners>

1. Autobronceador Skinerals Onyx

Este autobronceador en forma de espuma batida contiene DHA, pero también es rico en antioxidantes (grosella espinosa, bayas de acai, extracto de higo, bayas de goji, té verde y té blanco). Esto podría ayudar a disminuir los daños causados por los radicales libres.

También contiene vitaminas A, C y E para ayudar a reconstruir la barrera de la piel y calmarla. También utiliza glicerina de origen vegetal para hidratar. Fácil de aplicar con la manopla aplicadora. Se lava muy bien después de su uso. La fórmula viene en tonos oscuros y claros.

2. El autobronceador de The Organic Pharmacy

Esta loción autobronceadora está hecha con manteca de karité, aceite de jojoba y DHA extraído de la remolacha azucarera. Este producto se puede utilizar tanto en el rostro como en el cuerpo. Es adecuado para pieles sensibles. El producto sale directamente teñido de la botella, lo que puede ayudar a ver dónde se está aplicando. Es lo suficientemente ligero como para no manchar la ropa.

3. Autobronceador natural Suntegrity

Este producto autobronceador tiene una consistencia cremosa que combina con su aroma a glaseado. Está formulado con extractos botánicos (goji, acai, mangostán y noni), vitamina E y antioxidantes. El uso de la fórmula de aceite orgánico de almendras dulces, manteca de karité y aceite de coco con manteca de semillas de mango ayuda a hidratar y suavizar. También contiene aceite de rosa mosqueta orgánico, que, según la empresa, ayuda a iluminar y regenerar la piel.

Aunque la fórmula es cremosa y no grasa, realmente es más bien hidratante. Esta es una buena opción para aquellos que quieren hidratarse, oler de forma increíble y obtener un brillo adecuado. Pueden necesitarse un par de aplicaciones si se está buscando un bronceado fuerte. Este producto viene en un tubo de bioplástico y no contiene parabenos, ftalatos, siliconas, sulfatos, fragancias sintéticas ni colorantes.

4. Autobronceador Whish Coconut Milk + Verbena

Esta loción autobronceadora está formulada con bayas de goji, extracto de corteza de jabón y extracto de granada orgánica. Funciona muy bien como hidratante diario con un aroma tropical, utilizando manteca de karité orgánica, manteca de mango y aloe orgánico para hidratar. Whish también afirma que este autobronceador reafirma la piel, gracias a la fruta africana kigelia, el extracto de algas marinas y el extracto de café arábica. El autobronceador sale blanco, lo que puede hacer que sea difícil ver exactamente dónde se aplica; así que ten cuidado de no aplicar demasiada cantidad o de pasar por alto algún punto.

5. Vita Liberata Body Blur Instant HD Skin Finish

Este producto es un bronceador instantáneo que no solo da un color intenso rápidamente, sino que también ayuda a ocultar las imperfecciones. Dado que es un bronceador que se elimina, no contiene DHA. Proporciona hidratación gracias a la manteca de karité y la glicerina, y también tiene vitamina E. Este producto está disponible en cinco tonos y no contiene perfumes, alérgenos, alcoholes, parabenos ni sulfatos.

6. Isle of Paradise Disco Tan Instant Wash-Off Body Bronzer

Este bronceador corporal instantáneo que se puede lavar está hecho con aceite de aguacate, que tiene un alto contenido de vitaminas A y C. También tiene aceite de semilla de chía y aceite de

coco para hidratar y suavizar la piel. El bronceador que se lava aporta un brillo instantáneo. Ayuda a combatir la sequedad, la opacidad y el tono y la textura desiguales de la piel, y proporciona una cobertura transparente, un tono claro y un brillo sutil. Este producto está libre de crueldad animal, es vegano, orgánico y no contiene aceites minerales.

7. Tarte Cosmetics Better Bod Bronze & Contour

Este bronceador corporal es vegano, resistente al agua e hipoalergénico. Es un producto de cobertura total diseñado para difuminar y enmascarar la apariencia de la celulitis y las venas varicosas. Su fórmula cremosa suaviza y contornea el cuerpo y lo broncea.

Está formulado con maracuyá, que es rico en ácidos grasos esenciales y vitamina C. También tiene vitamina E, glicerina y extracto de cáscara de nuez negra (que es rico en antioxidantes). Está hecho sin parabenos, aceite mineral, ftalatos, sulfatos o gluten.

Título del material o actividad	4. Tarea práctica: «Probar autobronceadores en casa»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad incluye una tarea práctica en la escuela o en el lugar de trabajo. El objeto de la tarea es probar el producto autobronceador en casa, teniendo en cuenta la selección adecuada del producto, siguiendo los pasos que se dan en las instrucciones antes, durante y después de la aplicación:</p> <p>Paso 1: elección del producto (incluyendo una explicación de la elección). Paso 2: preparación para el tratamiento y foto antes del tratamiento. Paso 3: aplicación del producto autobronceador. Paso 4: hacer foto después del tratamiento. Paso 5: elaboración de un informe de la tarea práctica y discusión de los resultados con el formador.</p>
Tipología de la actividad	<input checked="" type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<ul style="list-style-type: none"> • Productos: producto autobronceador, productos para antes y después del tratamiento • Herramientas: papeles o esponja
Tiempo necesario	<p>45 min para todos los pasos por aplicación práctica (tratamiento) 15 min para preparar el informe con fotos Total: 1 hora</p>
Anexos	
Solución de la actividad	

Título del material o actividad	5. Tarea práctica: «Productos autobronceadores y medio ambiente»
Presentación o descripción de los pasos de la actividad	<p>La actividad tiene como objetivo mejorar los conocimientos relacionados con las competencias ecológicas en el contexto del uso de productos autobronceadores.</p> <p>Paso 1: lectura de la Guía de autobronceado natural https://eco-age.com/resources/guide-natural-self-tanning/.</p> <p>Paso 2: discusión sobre la guía en equipos o grupos.</p> <p>Paso 3: elaborar en equipos una lista de recomendaciones y bibliografía sobre tres productos autobronceadores para un cliente. Estos productos deben tener en cuenta las competencias ecológicas y el respeto por el medio ambiente. Las recomendaciones de los productos se basarán en la Guía de autobronceado natural.</p> <p>Paso 4: preparar información sobre si los productos son reciclables y sobre si usan etiquetas ecológicas, por ejemplo, ecocert y cosmebio: https://www.ecocert.com/en-US/home https://www.cosmebio.org/en/cosmebio-label/</p> <p>Paso 5: preparar una lista de referencias bibliográficas en lengua materna y también en inglés.</p> <p>Paso 6: revisar y debatir con el capacitador.</p>
Tipología de la actividad	<input type="checkbox"/> individual <input type="checkbox"/> actividad de grupo <input checked="" type="checkbox"/> mixta
Materiales, equipos o herramientas necesarios	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenadores y conexión a internet
Tiempo necesario	30 min para lectura de la guía y la discusión en equipos 1 h 20 min para preparar la bibliografía con el equipo 10 min para debatir con el formador
Anexos	Enlaces: https://eco-age.com/resources/guide-natural-self-tanning/ https://www.ecocert.com/en-US/home https://www.cosmebio.org/en/cosmebio-label/
Solución de la actividad	