



EDICIÓN
ESPECIAL
VOLUMEN 1

Marketing

**NORMATIVAS Y
ESTÁNDARES EN
ESTÉTICA**

CUMPLE CON LA NORMATIVA PARA
PROTEGER TU

MARCA Y AUMENTA LOS INGRESOS
PASIVOS

ARACELI CARVAJAL - NEFERBRANDINGCLINIC.COM

Tabla de CONTENIDO

01 REGLAMENTO SOBRE PUBLICIDAD Y PROMOCIONES

Comprende las regulaciones publicitarias, establece pautas claras y garantiza el cumplimiento en el marketing estético.

02 CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD Y RGPD DEL REINO UNIDO)

Esta guía explica cómo garantizar el cumplimiento del RGPD y el RGPD en Europa y Reino Unido por tu empresa.

03 ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Mantén estándares éticos, practica la responsabilidad social y fomenta la confianza en tu marca.

04 REQUISITOS DE FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Comprende las necesidades de capacitación, cumple con los estándares de certificación y mejora la credibilidad profesional.

05 NORMAS ESPECÍFICAS PARA TRATAMIENTOS INVASIVOS

Sigue estándares específicos para tratamientos invasivos, garantiza la seguridad y mantén una atención de alta calidad.

06 CONCLUSIÓN





HOLA SOY ARACELI

Con más de 10 años de experiencia en e-commerce, branding, creación de contenido y soporte a empresas, soy licenciada en periodismo con especialización en marketing. Mi pasión por la industria de la belleza me llevó a formarme como maquilladora profesional y obtener una licencia de estética en el Reino Unido. Un momento destacado de mi carrera fue el lanzamiento de la primera tienda online de pestañas magnéticas de España, que obtuvo el reconocimiento como negocio líder en los medios de TV y prensa nacionales e internacionales.

Gracias a mi amplio conocimiento de la industria y mi vasta experiencia asesorando empresas, he ayudado a marcas de belleza a adoptar nuevas tendencias y posicionarse con éxito en el mercado.

Araceli xoxo

THE MANUAL

WELCOME TO THE MANUAL

WELCOME TO THE MANUAL

WELCOME TO THE MANUAL

Bienvenid@s

AL MANUAL

Bienvenid@s al mundo del marketing en la estética, donde el cumplimiento de las normas garantiza una promoción eficaz y la fundación de confianza. Como profesional, tu objetivo es conocer las normativa, usarlas a tu favor y, al mismo tiempo, crear contenido atractivo que genere leads y retenga a tus clientes.

WELCOME TO THE MANUAL

WELCOME TO THE MANUAL

WELCOME TO THE MANUAL

W

En esta guía, describiremos un marco claro de cinco pasos para lograr el cumplimiento de las normas de marketing en materia de estética. Cada paso proporciona estrategias esenciales para garantizar que tus campañas cumplan con los estándares legales, generen confianza con la audiencia y mejoren la reputación de tu marca en la industria.

Al cumplir con estas pautas, garantizarás que tus estrategias de marketing cumplan con los estándares regulatorios y normativas, creen una imagen de marca confiable, interactúen de manera efectiva con tu audiencia y mejoren la credibilidad de tu negocio en el sector.

THE MANUAL

WELCOME TO THE MANUAL

WELCOME TO THE MANUAL

WELCOME TO THE MANUAL

INSPIRACIÓN

DOMINA
LOS *estándares*
DE CUMPLIMIENTO
normativo **Y ELEVA**
TUS ESTRATEGIAS DE
MARKETING.

INSPIRACIÓN

TEMA



NUMERO 1

REGLAMENTO SOBRE PUBLICIDAD Y PROMOCIONES

Lo que aprenderás

A navegar por las regulaciones y a crear promociones que cumplan con la normativa para construir una marca confiable y exitosa.

DOMINANDO LAS PRÁCTICAS DEL MARKETING ÉTICO

En el ámbito de la estética, cumplir con las normativas de publicidad y promoción es esencial para preservar la confianza y la credibilidad. Estas normativas aseguran que las prácticas de marketing sean honestas y no engañosas, ofreciendo información clara y precisa sobre los tratamientos y servicios.

Por ejemplo, es importante que las clínicas y salones de belleza eviten afirmaciones exageradas respecto a los resultados de los tratamientos y garanticen que toda declaración esté respaldada por evidencia científica.

Además, los anuncios sobre procedimientos médicos o estéticos avanzados suelen requerir la validación de profesionales médicos certificados para asegurar su eficacia y seguridad.

El cumplimiento abarca también las normativas locales y nacionales, que varían en la UE y Reino Unido. Los anunciantes deben respetar estas normativas con rigor para evitar sanciones legales y mantener la integridad en sus campañas de marketing.

Asimismo, las regulaciones limitan la publicidad dirigida a menores para proteger a los jóvenes de tomar decisiones impulsivas sobre tratamientos invasivos.

Entender y cumplir con estas pautas es esencial para un marketing efectivo, ético y alineado con la legislación en la industria de la estética.





PUBLICIDAD VERAZ Y NO ENGAÑOSA

Es fundamental que las clínicas y los salones de belleza eviten cualquier tipo de publicidad que pueda resultar engañosa, como las afirmaciones sobre los resultados de los tratamientos, los beneficios de los productos o los servicios ofrecidos. Las afirmaciones deben estar respaldadas por pruebas científicas o clínicas y deben ser claras y comprensibles para el público en general.

Ejemplo: Una clínica que ofrece un "lifting facial sin cirugía" debería evitar prometer resultados idénticos a los de la cirugía real si no hay respaldo clínico. En su lugar, podría decir: "Mejora la firmeza de tu piel con nuestro tratamiento X, que utiliza tecnología avanzada para ofrecer resultados visibles en pocas sesiones".

APROBACIONES MÉDICAS

En algunos países europeos, la publicidad de tratamientos que implican procedimientos médicos o estéticos avanzados debe ser aprobada por un profesional médico certificado.

Ejemplo: Un cirujano plástico que promueve procedimientos como la liposucción o el aumento de pecho debe asegurarse de que todas las afirmaciones sobre la eficacia y seguridad del procedimiento estén validadas por su propia certificación y respaldo clínico. También debe quedar claro que el procedimiento será realizado por un profesional debidamente certificado.



REGULACIONES LOCALES Y NACIONALES

Los distintos países de la UE y el Reino Unido tienen normativas específicas sobre lo que se puede y no se puede decir en la publicidad. Cumplir con estas normativas es fundamental para evitar sanciones.

Ejemplo: En el Reino Unido, la Advertising Standards Authority (ASA) regula que los anuncios de tratamientos estéticos no pueden exagerar los beneficios de un tratamiento ni omitir advertencias sobre los posibles riesgos. Un anuncio de un tratamiento con relleno dérmico debe incluir información sobre los posibles efectos secundarios y no puede sugerir que los resultados son permanentes si no lo son.

RESTRICCIONES A LA PUBLICIDAD DIRIGIDA A MENORES

En muchos países europeos las leyes prohíben dirigir publicidad de tratamientos estéticos invasivos a menores de edad. Esto es fundamental para proteger a los jóvenes de decisiones impulsivas que puedan afectar a su salud.

Ejemplo: un salón de belleza que ofrece tratamientos de depilación láser debe asegurarse de que su publicidad en las redes sociales no esté dirigida a personas menores de 18 años. Esto podría incluir restringir los anuncios en plataformas donde la mayoría de la audiencia es joven o garantizar que los anuncios sean visibles solo para adultos.



TEMA



NUMERO 2

CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD Y RGPD DEL REINO UNIDO)

Lo que aprenderás

Cómo garantizar el cumplimiento de la protección de datos, salvaguardar la información del cliente y generar confianza.

CONTENIDO EXPLICITO



Antes de recopilar datos personales para cualquier propósito de marketing, es necesario obtener el consentimiento claro e informado del cliente. Esto incluye la recopilación de datos a través de formularios en páginas web, redes sociales o aplicaciones móviles.

Ejemplo: Una clínica estética que desee enviar newsletters a sus clientes debe asegurarse de que estos hayan aceptado claramente recibir comunicaciones de marketing. Un formulario de registro puede incluir una casilla de verificación que diga: "Acepto recibir noticias y promociones de [Nombre de la clínica]", que el usuario debe marcar activamente.

TRANSPARENCIA EN EL USO DE DATOS



Los clientes deben estar claramente informados sobre cómo se utilizarán sus datos, durante cuánto tiempo se almacenarán y con qué finalidad se utilizarán.

Ejemplo: si un salón de belleza recopila datos de clientes para un programa de fidelización, debe especificar en su política de privacidad que estos datos se utilizarán únicamente para administrar el programa y no se compartirán con terceros sin permiso explícito.

DERECHO A RETIRAR EL CONSENTIMIENTO



Los clientes tienen derecho a retirar su consentimiento para el uso de sus datos en cualquier momento, y esto debería ser fácil de hacer.

Ejemplo: Un cliente que previamente aceptó recibir correos electrónicos promocionales debería poder cancelar su suscripción fácilmente a través de un enlace en cualquier correo electrónico recibido, como: "Si desea dejar de recibir nuestras ofertas, haz clic aquí para cancelar la suscripción".

ALMACENAMIENTO DE DATOS SEGURO



Las clínicas y los salones deben implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger los datos personales de los clientes contra acceso, pérdida o divulgación no autorizados.

Ejemplo: Los datos confidenciales, como los detalles del historial médico de un paciente, deben almacenarse en sistemas cifrados con acceso restringido únicamente al personal autorizado.

DERECHO AL OLVIDO



Los clientes tienen derecho a solicitar que sus datos se eliminen de los registros de la clínica o salón, y esto deberá hacerse de manera efectiva y dentro de un plazo razonable.

Ejemplo: Un cliente solicita que se eliminen todos sus datos de contacto y su historial de tratamientos de los registros de la clínica. La clínica debe confirmar que se ha llevado a cabo esta eliminación y proporcionar una confirmación por escrito si el cliente lo solicita.

TEMA



NUMERO 3

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Lo que aprenderás

Descubre cómo integrar la ética y la responsabilidad social en tu marketing, mejorando la integridad y confiabilidad de tu marca.



INTEGRAR LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CADA ESTRATEGIA DE MARKETING

En el marketing estético, respetar los estándares éticos y la responsabilidad social es esencial para generar confianza y credibilidad. La publicidad ética debe centrarse en mensajes positivos y empoderadores en lugar de explotar las inseguridades. Las prácticas promocionales deben ser transparentes y honestas, comunicando claramente las condiciones y evitando presionar a los consumidores.

La autenticidad es fundamental para los testimonios y las reseñas, ya que garantiza que todos los comentarios sean genuinos y se utilicen con permiso. Al colaborar con influencers, es importante revelar claramente el contenido patrocinado para mantener la transparencia.

Adherirse a estos principios ayuda a las empresas a construir una imagen de buena reputación y fomentar relaciones sólidas y basadas en la confianza con los clientes.

Recuerda también que, al comercializar tratamientos estéticos en las redes sociales o en páginas web, es fundamental cumplir con las [normas sobre la promoción de medicamentos recetados y tratamientos de marca](#).

En concreto, debemos evitar publicitar tratamientos como el Botox por su nombre, ya que se trata de medicamentos de prescripción médica y estos no pueden promocionarse directamente a través de canales digitales.

En su lugar, utilice términos generales como "neuromoduladores" cuando se refiera a este procedimiento.

Este enfoque cumple con las normas de publicidad y ayuda a garantizar que el contenido promocional se mantenga dentro de los límites legales. Es importante evitar cualquier contenido visual que muestre directamente agujas llenas del tratamiento, ya que esto podría implicar una promoción directa del medicamento recetado.



PUBLICIDAD ÉTICA

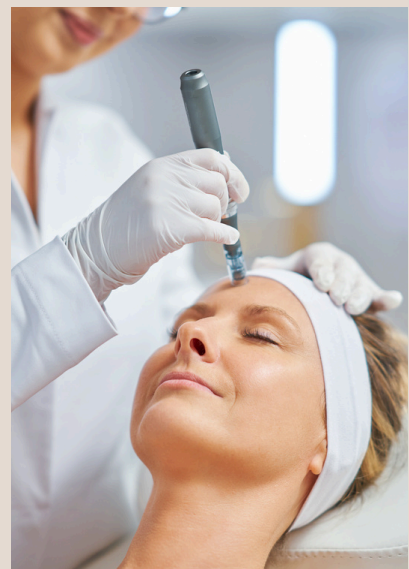
Es fundamental evitar explotar las inseguridades de los clientes en la publicidad. Los mensajes deben ser positivos y promover la salud y el bienestar.

Ejemplo: un anuncio que dice "Deshazte de esas terribles arrugas hoy" podría reemplazarse por uno que diga "Mejora tu belleza natural con nuestro avanzado tratamiento antiarrugas".

PROMOCIONES RESPONSABLES

Las promociones deben ser claras en sus condiciones y evitar presionar a los consumidores a tomar decisiones apresuradas basadas en ofertas limitadas o engañosas.

Ejemplo: una oferta del tipo "50% de descuento en bótox solo hoy" podría ser engañosa si existen afecciones ocultas o si el tratamiento conlleva riesgos que no se explican claramente. En cambio, podría decirse: "Disfruta de un 50% de descuento en tu primera sesión de neuromoduladores. Se aplican términos y condiciones".



TESTIMONIOS Y RESEÑAS

Es vital utilizar únicamente testimonios de clientes reales y autorizados y evitar cualquier manipulación de las reseñas para dar una falsa impresión de los servicios.

Ejemplo: Publicar en la web de la clínica testimonios de clientes que hayan autorizado explícitamente su uso, acompañados de una nota que diga: "Testimonios de clientes reales, utilizados con su consentimiento".

INFLUENCERS Y EMBAJADORES DE MARCA

Las promociones realizadas por influencers deben cumplir con las normas de divulgación, dejando claro cuando una publicación es patrocinada.

Ejemplo: Si un influencer promociona un tratamiento de rejuvenecimiento facial, deberá indicar claramente en su publicación: "#Anuncio" o "#Patrocinado" para cumplir con la normativa.



INSPIRACIÓN

**MANTENTE CONSTANTE
EN TU**



camino **DE CRECIMIENTO
Y CELEBRA
TUS** *logros*



INSPIRACIÓN

TEMA



NUMERO 4

REQUISITOS DE FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Lo que aprenderás

Cómo cumplir con los requisitos de capacitación y certificación para garantizar la experiencia de tu equipo y mantener un estándar alto.

DOMINA LAS TÉCNICAS PARA ELEVAR TU VISIÓN CREATIVA

En el sector de la estética, asegurar que los procedimientos sean realizados por profesionales certificados es clave para mantener altos estándares de calidad y seguridad. Todos los tratamientos estéticos, ya sea que los lleven a cabo cirujanos plásticos o esteticistas, deben ser realizados por personas con las certificaciones adecuadas y vigentes para su práctica. Por ejemplo, una clínica que ofrezca procedimientos complejos como la rinoplastia debe verificar que todos sus cirujanos estén registrados ante las autoridades médicas pertinentes, como la Organización Médica Colegial de España (OMC)

Mostrar estas certificaciones de forma destacada dentro de la clínica y en todo el material promocional no solo cumple con los requisitos reglamentarios, sino que también infunde confianza en los clientes, demostrando un compromiso con los estándares profesionales.

La formación continua es otro pilar fundamental para garantizar que todos los empleados se mantengan al día con las últimas técnicas, productos y normativas del sector. A medida que el campo de la estética evoluciona con nuevas tecnologías y tratamientos, la formación continua permite a los profesionales actualizar sus conocimientos y ofrecer la mejor atención posible. Por ejemplo, cuando un salón de belleza introduce un nuevo tratamiento con láser, es crucial que todo el personal involucrado en su aplicación haya completado una formación especializada y cuente con certificaciones reconocidas por instituciones de educación sanitaria o estética de prestigio.

Asimismo, si una clínica comienza a ofrecer procedimientos avanzados de remodelación corporal no invasiva, debe asegurarse de que todos los profesionales hayan recibido una capacitación integral específica en esta nueva tecnología y estén certificados por las organizaciones profesionales correspondientes. Este compromiso con el desarrollo profesional continuo garantiza que los clientes reciban tratamientos seguros, eficaces y de la más alta calidad.



TEMA



NUMERO 5

NORMAS ESPECÍFICAS PARA TRATAMIENTOS INVASIVOS

Lo que aprenderás

Explorarás cómo cumplir con estándares específicos para tratamientos invasivos, garantizando la seguridad y el cumplimiento en cada procedimiento.



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Antes de realizar cualquier tratamiento invasivo, es fundamental que los pacientes firmen un formulario de consentimiento informado que explique claramente los riesgos, beneficios y alternativas al procedimiento.

Ejemplo: Antes de realizar una liposucción, el cirujano debe entregarle al paciente un documento que describa las posibles complicaciones, el tiempo de recuperación esperado y una explicación clara de los resultados que se pueden lograr. Este documento debe ser firmado por el paciente antes del procedimiento.

DOCUMENTACIÓN ADECUADA

Mantener registros detallados y precisos de todos los tratamientos realizados, incluidos los consentimientos firmados, las recomendaciones previas y posteriores al tratamiento y cualquier incidente o complicación que pueda surgir.

Ejemplo: Un cirujano plástico debe documentar cada paso del procedimiento y mantener estos registros junto con el historial médico del paciente. Esto es importante no solo para cumplir con las leyes, sino también para garantizar la mejor atención médica.





CUMPLIR CON EL CUMPLIMIENTO PARA LA PROTECCIÓN LEGAL Y LA CONFIANZA DEL CLIENTE.

Cumplir con los estándares de marketing es crucial para proteger tu clínica o salón contra posibles problemas legales y, al mismo tiempo, generar y mantener la confianza con los clientes.

PIENSA EN CÓMO EL CUMPLIMIENTO AFECTA LA CREDIBILIDAD DE SU MARCA.

Al implementar rigurosamente estas prácticas de cumplimiento, no solo evitas elevadas sanciones legales, sino que también demuestras un compromiso con la transparencia y la conducta ética. Este enfoque proactivo ayuda a garantizar que tus esfuerzos de marketing sean efectivos y responsables, se ajusten a las regulaciones de la industria y fomenten una reputación positiva entre tu clientela.

Además, un estricto cumplimiento de las normas mejora la satisfacción general del cliente, lo que es esencial para el éxito a largo plazo en esta industria altamente competitiva. Al priorizar unas prácticas de marketing éticas, crea una base de confianza que respalda las relaciones duraderas con los clientes y el crecimiento empresarial. Este compromiso no solo contribuye a una marca más creíble y respetada, sino que también posiciona tu clínica o salón en el mercado de éxito.

Gracias
POR TU ATENCIÓN

Araceli Roxo

