

398

EXPERTOS

en estética

BELLEZA
AUTENTICA

www.expertosenestetica.es



55 años de estética



Estética Lostao, centro de estética de Zaragoza, son un referente en este sector por su calidad, pero también por la cantidad de años que llevan ejerciendo en él y mejorándolo. Este año, de hecho, cumplen su 55º aniversario. Isabel Lostao, toda una pionera, fundó el centro en 1968, dedicado a la estética facial, pues esta era su especialidad como esteticista. Cuando se incorporó su hija, Ana Puelles Lostao, actual directora del centro, que además de estudiar estética se había especializado en drenaje linfático y pre y posoperatorio, abrieron una nueva área de tratamientos corporales. Ana introdujo un estilo de estética más vanguardista, uniendo lo tradicional con lo moderno. También, desde entonces, empezaron a invertir en nuevas marcas cosméticas y crearon el concepto de *boutique* de estética. Hoy, gracias a su constante transformación y rápida adaptación a los cambios que demanda el sector (por ejemplo, con su digitalización, o con la creación de nuevos formatos para conectar con el público, como su *podcast* de estética) se han convertido en la referencia de la estética de Aragón y en un centro clave en España. ¡Feliz cumpleaños!



EL ÉXITO DE UN TÓNICO

Ana Puelles Lostao, esteticista y especialista en dermocosmética, comenzó su carrera en 1998, pero no fue hasta nueve años después cuando se lanzó a crear la línea cosmética que también se llama Lostao, como su propio centro de estética de Zaragoza y el apellido de su madre Isabel, fundadora del negocio.

Afirma Ana que el proyecto nació sin grandes pretensiones. De hecho, durante casi quince años solo hubo un único producto, el tónico. "Es la base de cualquier rutina y es un cosmético que ha pasado por sus altos y bajos en cuanto a tendencia, pero su uso para mí siempre ha sido innegociable", afirma. Lo que sí tenía muy claro era cómo debía ser ese tónico. Muy limpiador, equilibrante y que respetara la piel, pero que a la vez fuera capaz de activarla y estimularla para facilitar la vehiculización de los activos que se apliquen a continuación. "Nos basamos en un producto que vendíamos mucho, pero muy enfocado a pieles grasas, así que pensamos en crear uno un poco más hidratante y que se adaptara más a casi todo tipo de piel".

"Nuestra marca es una manera de acercar nuestro conocimiento y un poquito de nuestro expertise a nuestras clientas"

Mucho tiempo después, recientemente, la cosmética Lostao creció con otros dos productos: una espuma limpiadora y un protector solar en dos versiones. Cada producto se desarrolla en un laboratorio diferente, tras una búsqueda sobre cuál era el ideal para cada caso. "Sin duda, el paso más difícil ha sido la decisión de ampliar la línea. Sabemos que en el mercado existen hoy grandes productos, así que podemos decir que ha sido un regalo de aniversario que nos hicimos", indica la esteticista. Aún así, su primera creación sigue siendo el producto más vendido, "el que genera mayor dependencia, si se puede usar la palabra, y del que más orgullosas nos sentimos", admite Puelles.



Ana Puelles Lostao



Pero el camino no ha terminado aún y, de hecho, ahora están en proceso de creación de una nueva incorporación, en este caso de un segundo tónico, "porque llevamos su importancia en el ADN".

¿Cuál es el aval frente a otras marcas e incluso compañías multinacionales de cosméticos? "Nuestra mayor garantía y nuestra mejor forma de testar es la posibilidad de ver al cliente a los diez días de usarlo, a los veinte días, y comprobar la evolución de la piel", sostiene.

Además, contar con su propia marca de cuidado de la piel le ha resultado útil para reforzar su autoridad como prescriptora. "Entiendo que es un vínculo de confianza, y más en productos como los nuestros, ya que nuestro objetivo solo es la satisfacción de nuestro cliente del día a día. Es solo una manera de acercar nuestro conocimiento y un poquito de nuestro *expertise* a nuestras clientas. A esas que ya confían en nosotras y nos conocen", concluye.

