



SIGMADOS

**Percepción de la
sociedad española
sobre la medicina
estética**



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



ISO 20132
BUREAU VERITAS
Certification





01. Ficha técnica
02. Descripción de la muestra
03. Principales resultados
04. Conclusiones

1. Ficha técnica



Ficha técnica



SIGMADOS

TARGET



Población general residente en España entre 18 y 70 años.

Sobremuestra de hombres/mujeres que se hayan realizado tratamientos de medicina estética.

TIPO DE ENTREVISTA



Entrevistas online (CAWI) con un cuestionario estructurado de 15 minutos de duración realizadas a través de un panel online.

TAMAÑO Y ERROR MUESTRAL



N=2469

El error de muestreo $\pm 1,96\%$ para un nivel de confianza del 95.5%, y en el supuesto de variables con dos categorías igualmente distribuidas.

N=361 pacientes de medicina estética. $e = \pm 5,13\%$

AMBITO GEOGRÁFICO



Nacional

TRABAJO DE CAMPO



Del 22 de diciembre de 2025 al 19 de enero de 2026

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS



En todos los resultados que hay una comparación entre diferentes segmentos se representarán las diferencias significativas relevantes. Para ello, se utiliza el Test de intervalos de confianza al 95%. Las formas de representarlo será la siguiente:



XX Dif. Sign. positiva frente al total



XX Dif. Sign. negativa frente al total

2. Descripción de la muestra



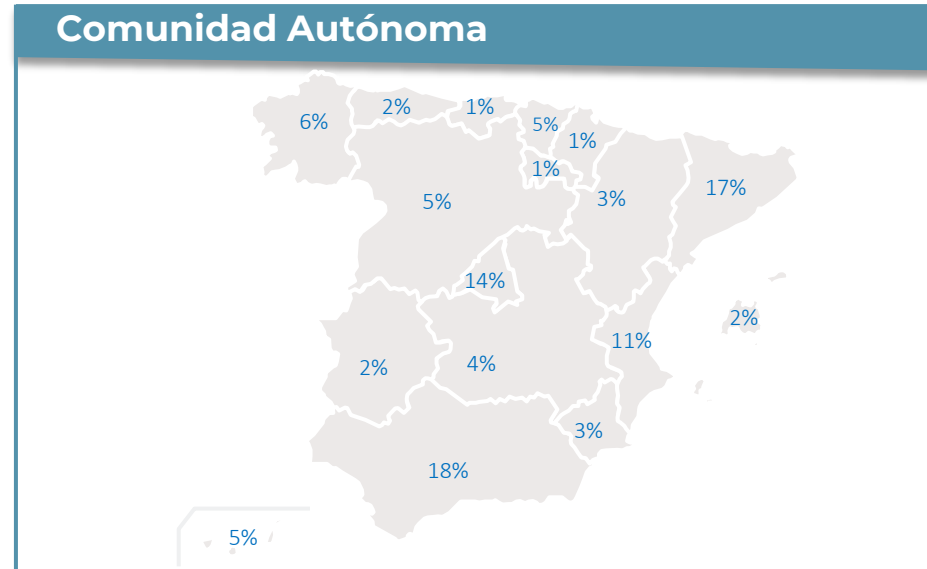
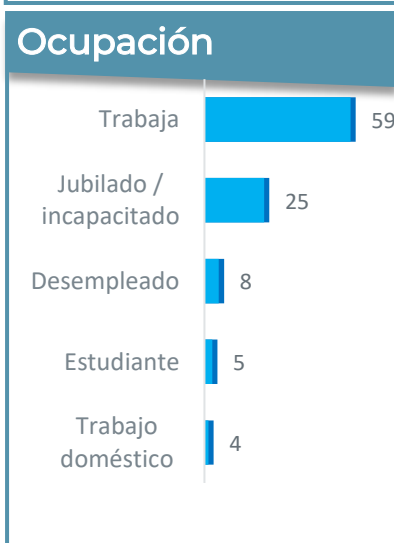
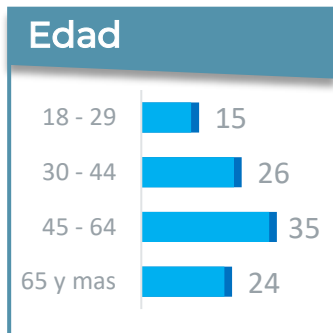
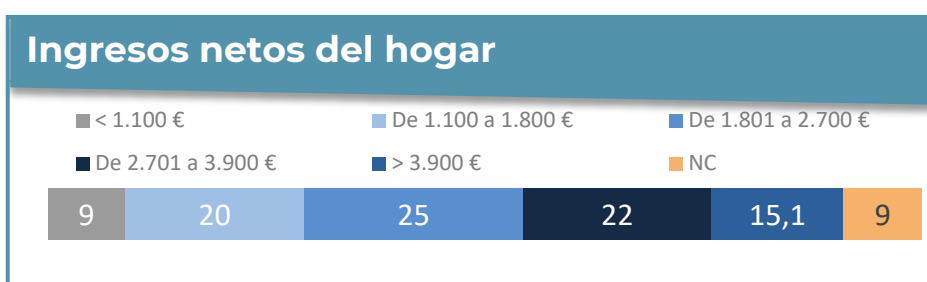
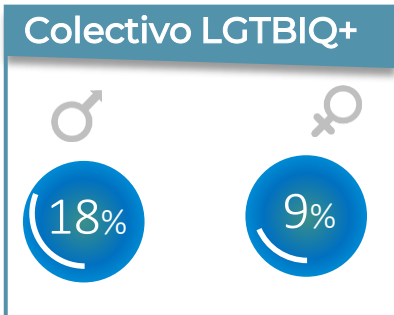
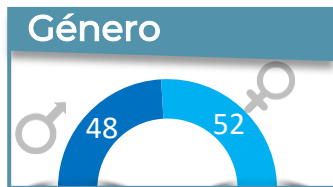
25-34 Años 24%

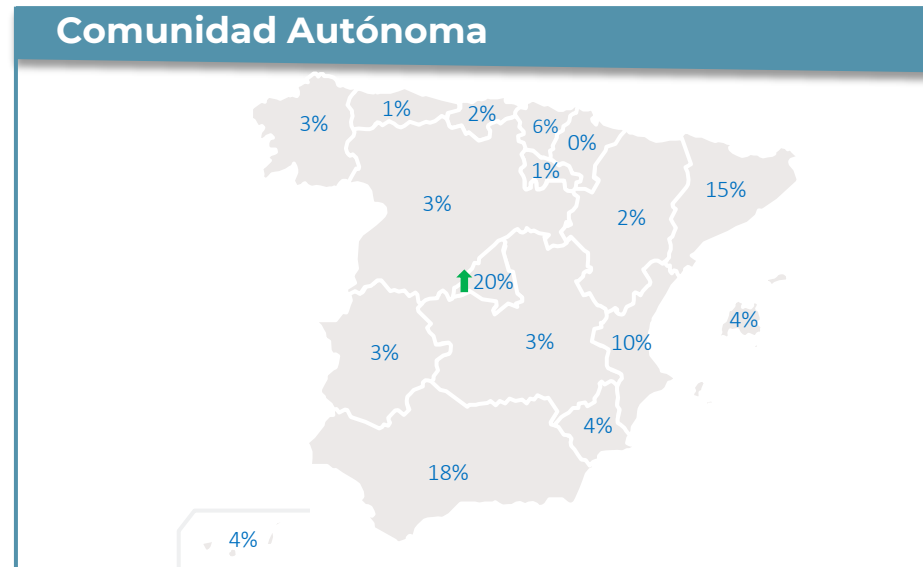
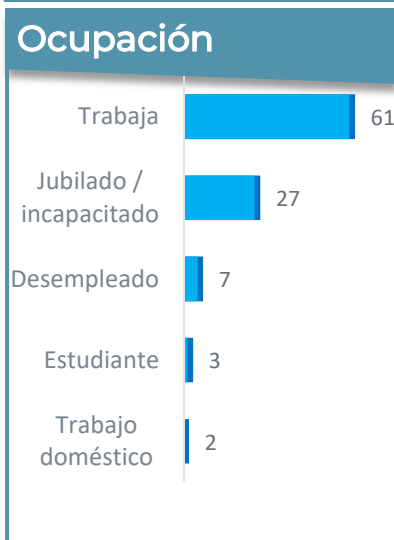
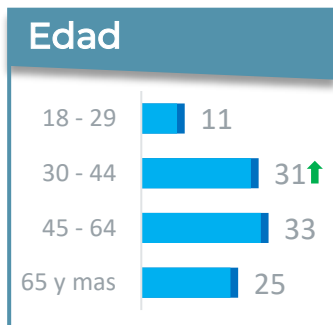
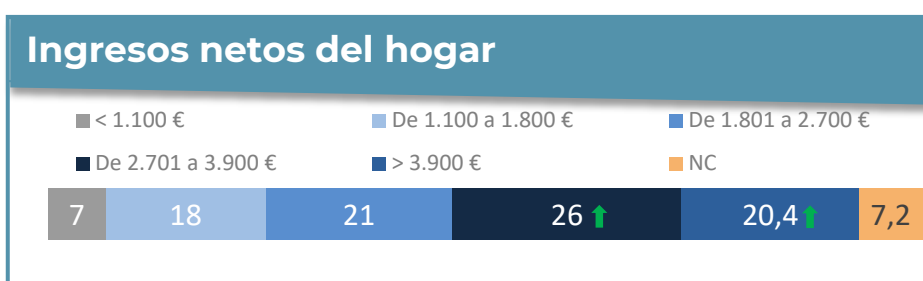
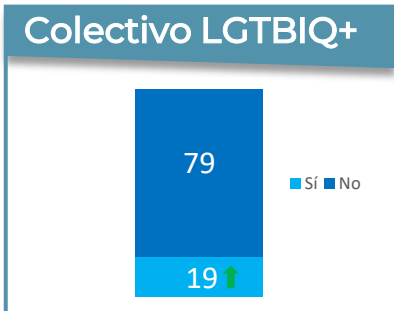
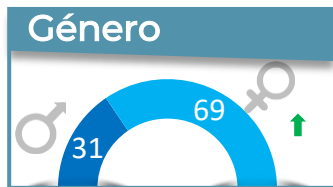
35-44 Años 29%

45-75 Años 43%



Descripción de la muestra total







3. Principales resultados

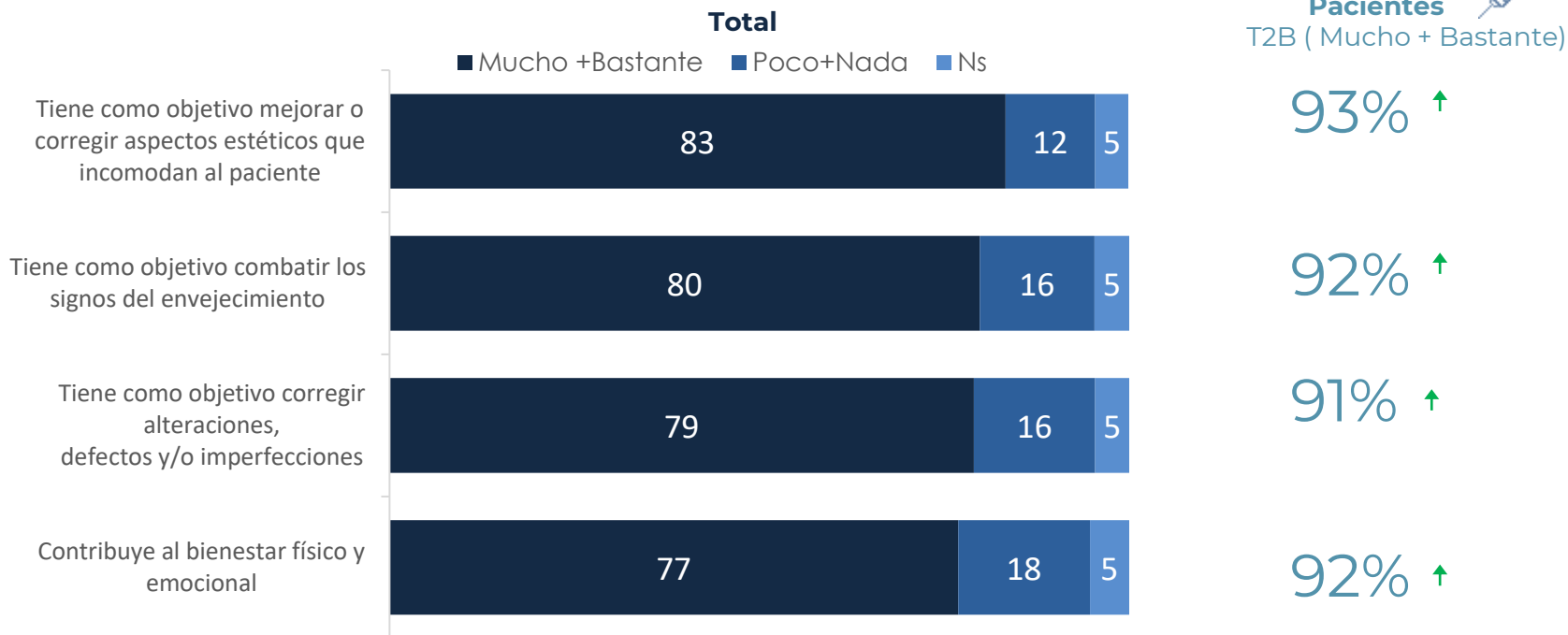


*Contemplamos la medicina estética como: “las prácticas **médicas** de pequeño intervencionismo (en las que se emplea anestesia tópica o local y en régimen ambulatorio) técnicas necesarias para la restauración, mantenimiento y promoción de la estética, salud y bienestar”. NO a cirugía estética.*



Más del 70% de la población está de acuerdo con que la medicina estética tiene como objetivos corregir aspectos estéticos que incomodan a los pacientes, combatir los signos de envejecimiento, corregir alteraciones o imperfecciones y contribuye al bienestar físico y emocional.

Los propios pacientes están de acuerdo en mayor medida con todas las afirmaciones





56%

Debe ser un médico



44%

Desconocen que ha
de ser un médico



Dato alarmante destacado por la
Sociedad Española de Medicina Estética

NO SIN TU MÉDICO

Decisión del paciente para hacerse un tratamiento



Boca a boca



Ver resultados



Solo sirven
para informar

Las redes sociales NO
son un método para elegir un tratamiento.

Los tratamientos de Medicina Estética deben realizarse:

✓ ...por **MEDICOS** cualificados.

✓ ...en **CENTROS** autorizados.

Busca el sello U48 que garantiza que el centro está autorizado para realizar tratamientos de Medicina Estética por la **Consejería de Sanidad**.

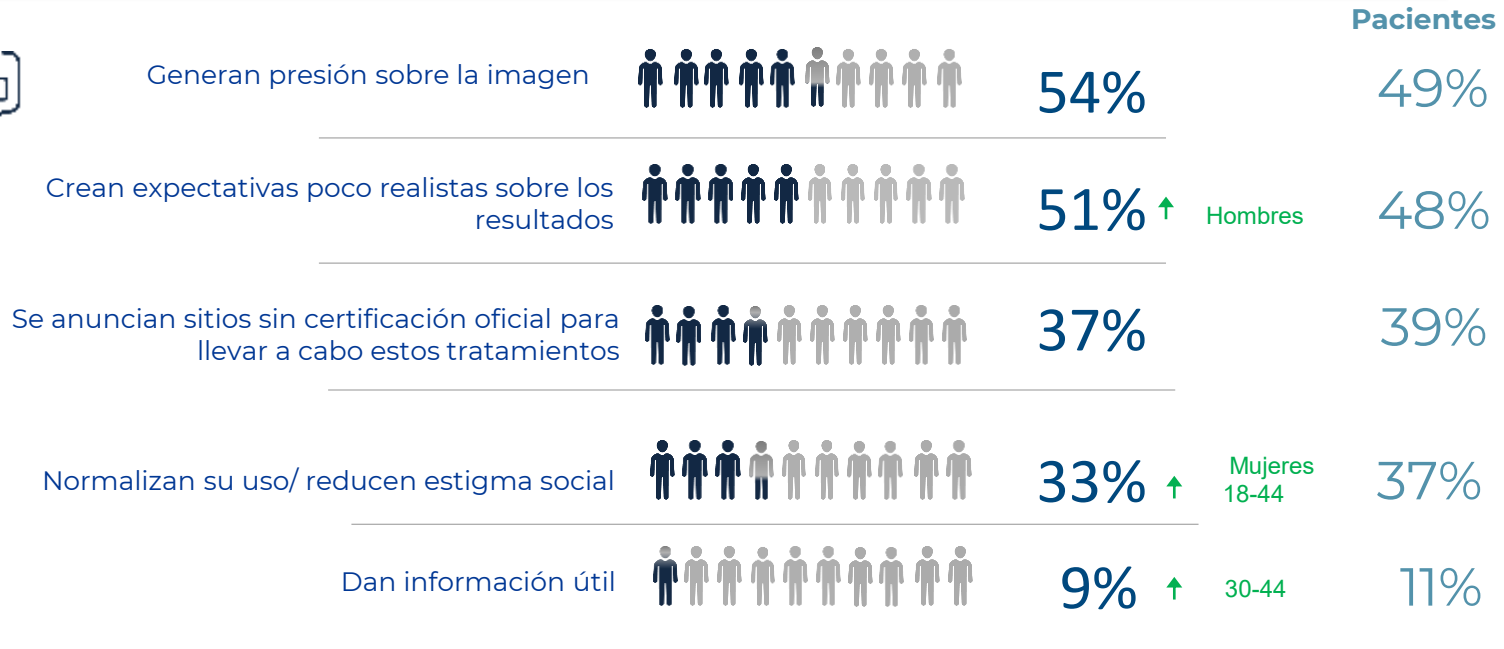


Lo que genera confianza a la hora de buscar información sobre tratamientos

Ver resultados “reales” de gente del entorno y las certificaciones del profesional/centro es lo que genera más confianza a la hora de buscar información sobre los tratamientos, mientras que la publicidad es lo menos importante. El ranking es igual para pacientes, potenciales y rechazadores.


















El papel de las RRSS respecto a la medicina estética es considerado negativo: La mitad de la población considera que generan presión sobre la imagen y además crean expectativas poco realistas.



Asociación de tratamientos

Destaca la confusión sobre los tratamientos de IPL, Mesoterapia y láser que la población los asocia a cosmética y a la inversa el drenaje linfático que lo asocian a la medicina estética.

Tampoco tienen definido los tratamientos de láser.

	Medicina estética	Cosmética/estética	No saben
Inyecciones de neuromoduladores (Toxina botulínica/ Bótox)	70%  	20%	10%
IPL (Luz Pulsada)	26%  	55%	19%
Skinbooster (Ácido hialurónico, polinucleótidos, exosomas)	51%  	33%	17%
Mesoterapia	31%  	44%	25%
PRP (Plasma rico en plaquetas)	67%  	12%	22%
Tratamientos de láser	44%  	45% 	10%
Radiofrecuencia	47%	35%  	18%
Vitaminas faciales	31%	56%	13%
Exfoliación/peeling cosmético	17%	74%	10%
Drenaje linfático	58%	28%	14%
Microblading/Micropigmentación	35%	48%	17%
Cavitación/Presoterapia	30%	44%	26%
Dermapen	25%	22%	53%

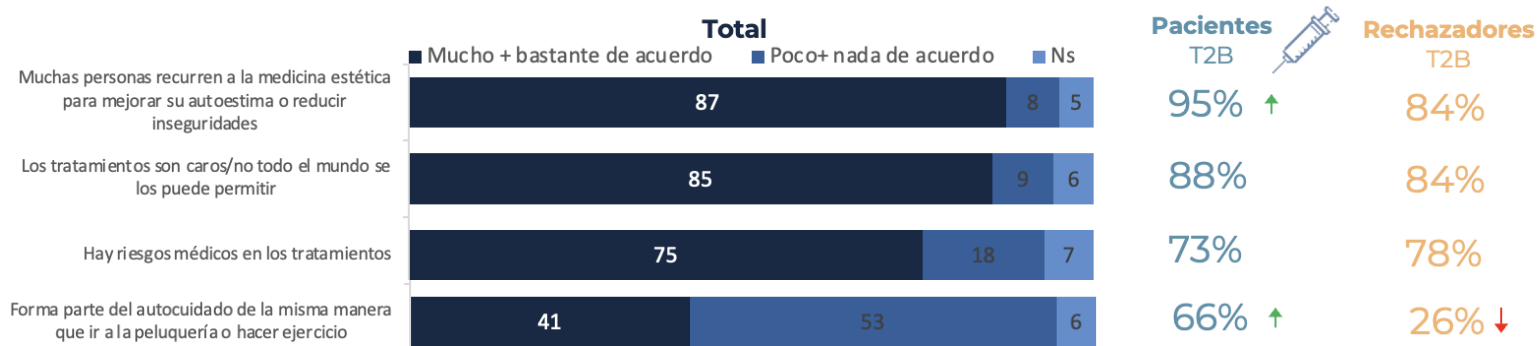


Actitudes y
legitimidad
social

8 de cada 10 ciudadanos están de acuerdo en que muchas personas recurren a la medicina estética para mejorar su autoestima. Esta percepción es significativamente más alta entre los propios pacientes. Asimismo, la mayoría coincide en que los tratamientos son caros y que no todo el mundo puede permitírselos.

Además, un 75% de la población —en la misma proporción que los pacientes— es consciente de que estos procedimientos pueden conllevar riesgos médicos..

Un 66% de los pacientes los considera parte del autocuidado frente al 41 %



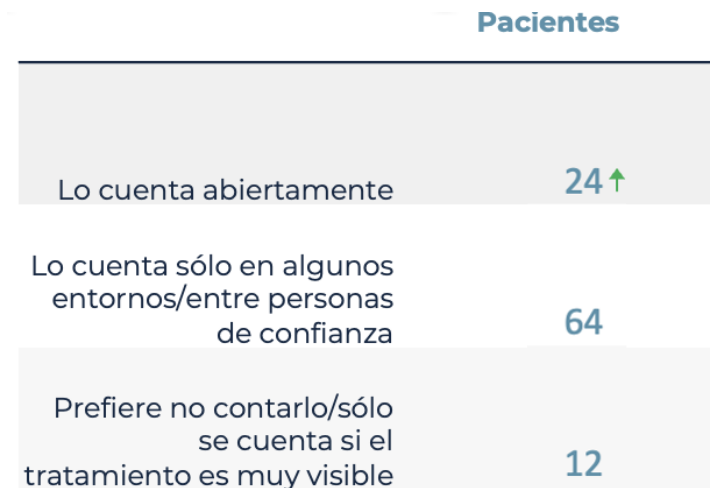
Más de la mitad de la ciudadanía percibe que los tratamientos estéticos se abordan con naturalidad. Sin embargo, persiste cierto juicio hacia quienes recurren a ellos. Aun así, los propios pacientes consideran en mayor medida que están plenamente normalizados (43%), en comparación con el público general.

En esta línea, el 64% de los pacientes afirma haber compartido con personas de su entorno cercano o de confianza que se ha sometido a algún tratamiento de medicina estética. No obstante, todavía queda camino por recorrer para que estos procedimientos estén plenamente normalizados y se hablen de forma abierta.

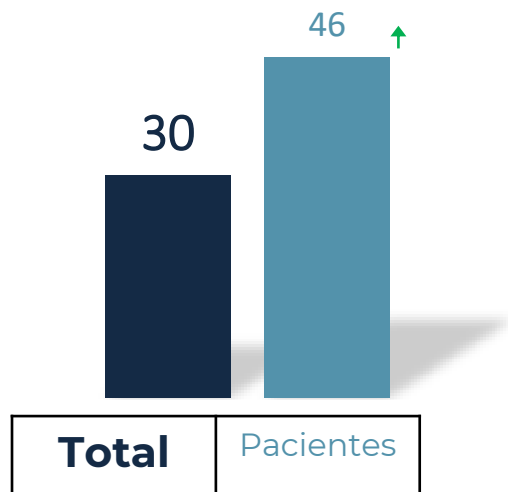
¿Cuál de las siguientes afirmaciones crees que describe mejor cómo se perciben hoy en día en la sociedad los tratamientos de Medicina Estética?



¿Qué es más habitual entre la gente que se ha hecho algún tratamiento?

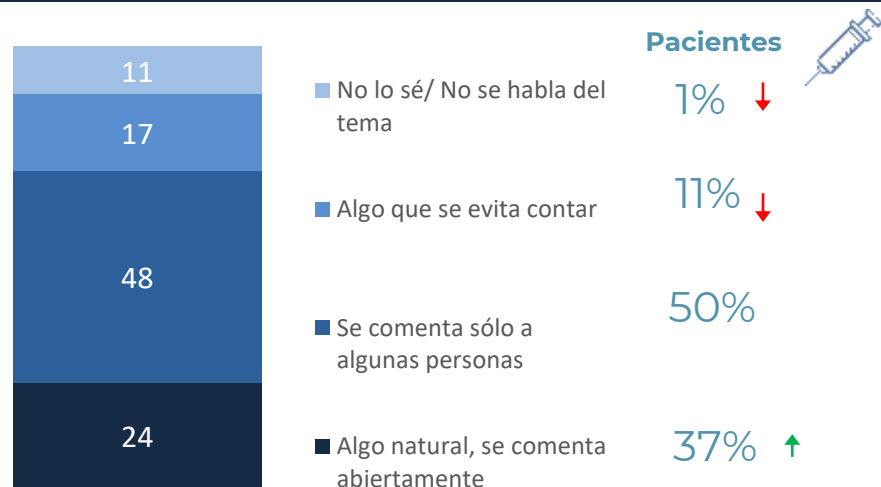


Aún queda camino por recorrer para que someterse a tratamientos estéticos sea algo plenamente habitual y, sobre todo, para que se hable de ello con naturalidad y abiertamente. Solo el 30% de la población afirma que en su entorno es común realizarse este tipo de procedimientos. Además, entre ellos, únicamente un 24% lo comenta de forma abierta, mientras que la mayoría (47%) solo lo comparte con algunas personas de confianza. En el caso del entorno de los propios pacientes, la práctica es significativamente más frecuente (46%) y aumenta hasta el 37% el porcentaje de quienes lo hablan abiertamente.



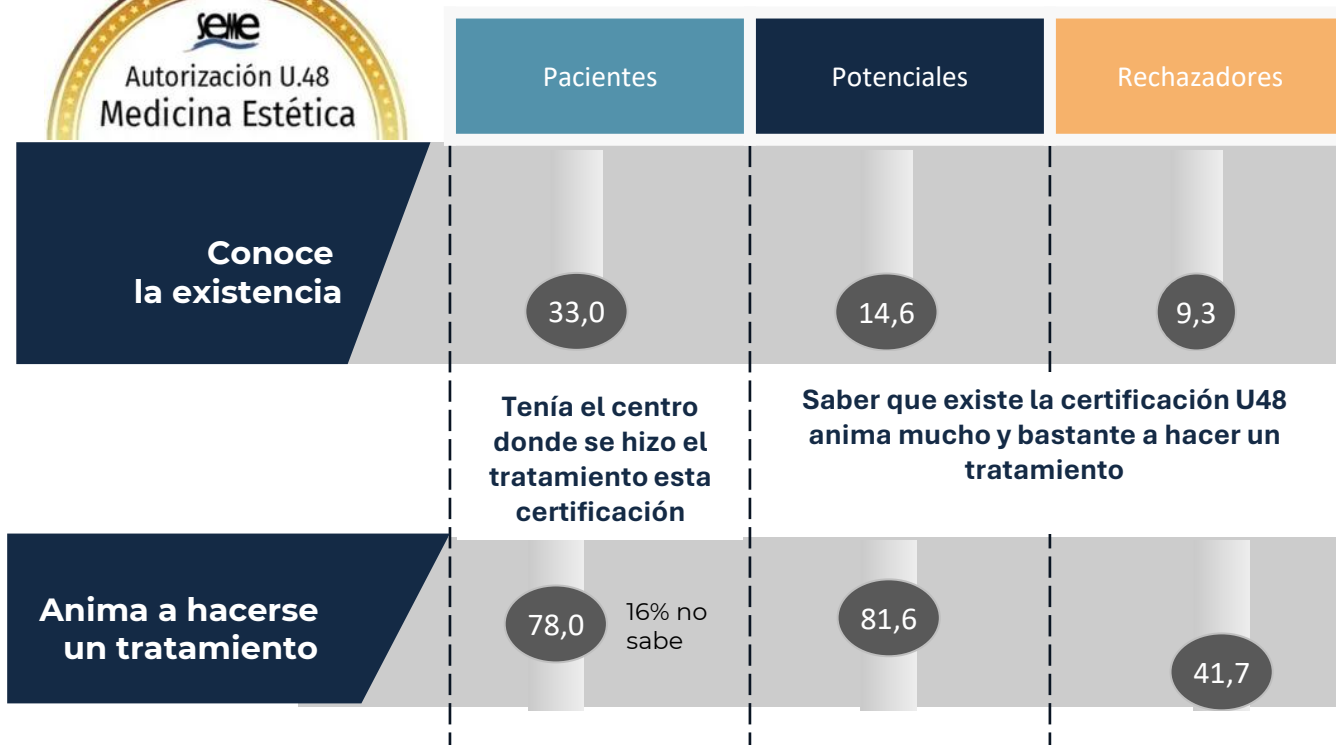
En el entorno cercano (familia, amigos, trabajo), hacerse tratamientos de Medicina Estética es **muy o bastante habitual**

Y en ese entorno cercano, contar y/o hablar de los tratamientos estéticos a los que se han sometido



Se cuenta más abiertamente cuando es un tratamiento de prevención o corrección





El conocimiento de la certificación U48 es muy reducido: incluso entre los propios pacientes, solo un tercio afirma conocerla. Sin embargo, saber que existe una licencia sanitaria oficial, otorgada únicamente a los centros que cumplen la normativa vigente para ofrecer tratamientos estéticos seguros, **resultaría un potente factor de confianza**. De hecho, animaría a someterse a estos tratamientos a la gran mayoría de los pacientes potenciales (82%) y a casi la mitad de quienes actualmente los rechazan. Por ello, es clave impulsar una campaña de comunicación que aumente la notoriedad de esta certificación y contribuya a reforzar la seguridad percibida, favoreciendo así el incremento de pacientes.



Uso, barreras y motivaciones

Perfil de los diferentes segmentos

	15%	30%	55%
	Pacientes	Potenciales	Rechazados
SEXO			
Hombre	31	41,2	57,1 ↑
Mujer	69 ↑	58,8 ↑	42,9
Colectivo LGTBIQ+	19 ↑	14	11
Edad			
18-29	11,3	17 ↑	15
30-44	30,5 ↑	30,8 ↑	22,4 ↓
45-64	33,1	35,9	35,6
65 y más	25,2	16,3 ↓	27,1 ↑
Nivel de estudios			
Primaria	4,8	2	2,6
Secundaria	33,7	50,1 ↑	48 ↑
Universidad	61,4 ↑	47,5	48,6
Ingresos del hogar			
Menos de 1.800€	24,9	32,4 ↑	28,7
1.800€ a 2.700€	21,4	24,8	26,2
2.701 y 3.900€	26,2 ↑	19,6	21,3
Más de 3.900€	20,4 ↑	14,6	14

Entre los pacientes de medicina estética hay más mujeres y personas del colectivo LGTBIQ+. Además tienen significativamente mayor nivel de estudios y una renta superior.

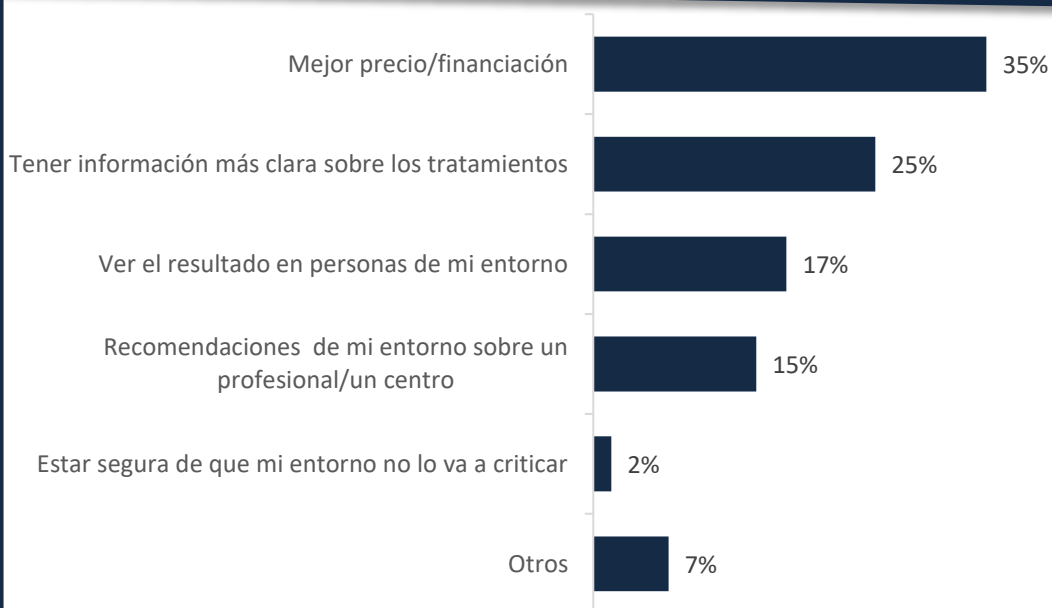
Los potenciales pacientes son más jóvenes con menor ingresos y nivel de estudios (secundaria).

Entre los rechazadores hay mayor proporción de hombres y personas mayores de 65 años.

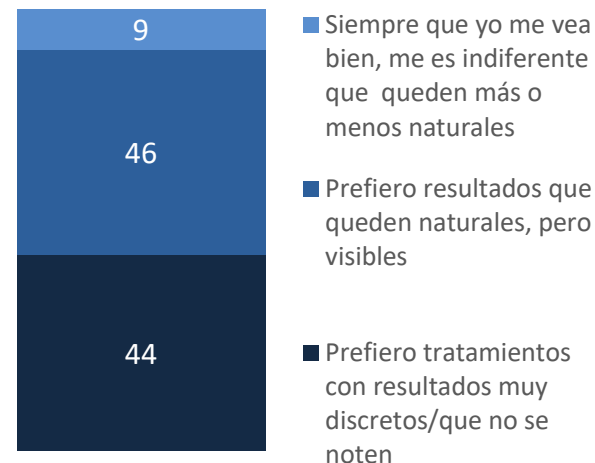
Potenciales: no se han hecho tratamientos pero se lo plantean

Dado que el precio se sitúa como una de las principales barreras, **la palanca más efectiva para aumentar la motivación sería ofrecer mejores condiciones económicas**, ya sea mediante una reducción del coste o facilidades de financiación (35%). Además, para uno de cada cuatro ciudadanos que se plantea someterse a un tratamiento, disponer de información más clara y accesible también sería un factor decisivo a la hora de dar el paso. En cuanto a las preferencias, los ciudadanos se muestran divididos entre quienes buscan tratamientos muy discretos, que apenas se noten, y quienes optan por resultados naturales pero visibles.

Qué te ayudaría a decidirte



Preferencia...



Pacientes: se han realizado algún tratamiento de medicina estética

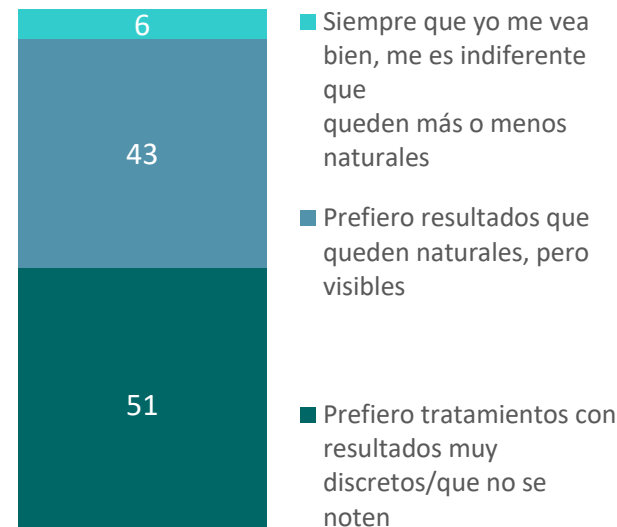
Casi la mitad de los pacientes asocia la idea de someterse a un tratamiento estético con **una forma de cuidado personal, percibiéndolo como una inversión en su bienestar y salud.**

Además, la mitad de los pacientes —en mayor medida incluso que los potenciales— se inclina por tratamientos con **resultados muy discretos, que apenas se perciban.**

Emociones que emanan al hacerse un tratamiento



Preferencia...

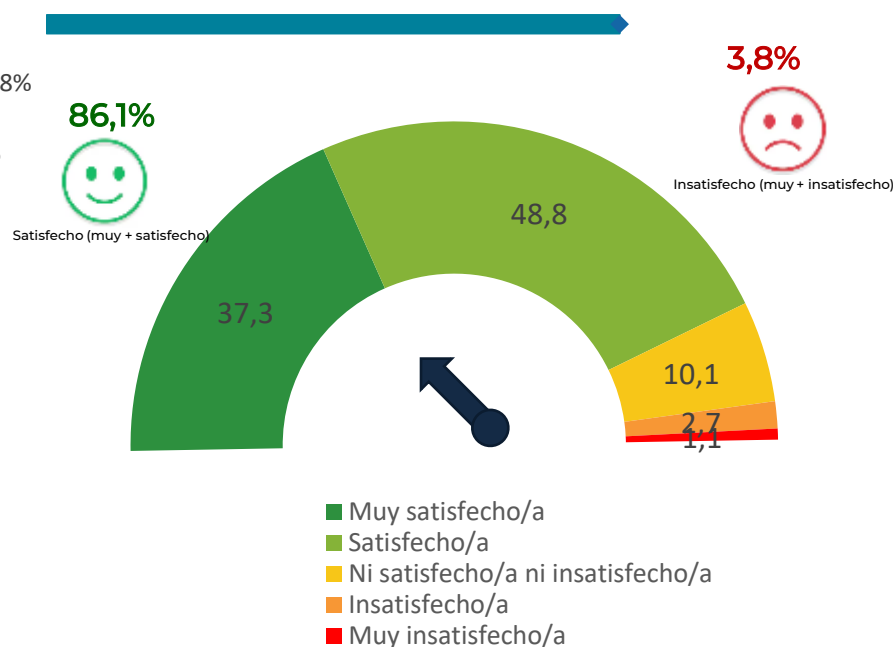


Más de la mitad de los pacientes que se han sometido a tratamientos de medicina estética lo han hecho para verse mejor y/o corregir algo que no les gusta y el **86%** declara estar satisfecho con los resultados.

Motivos



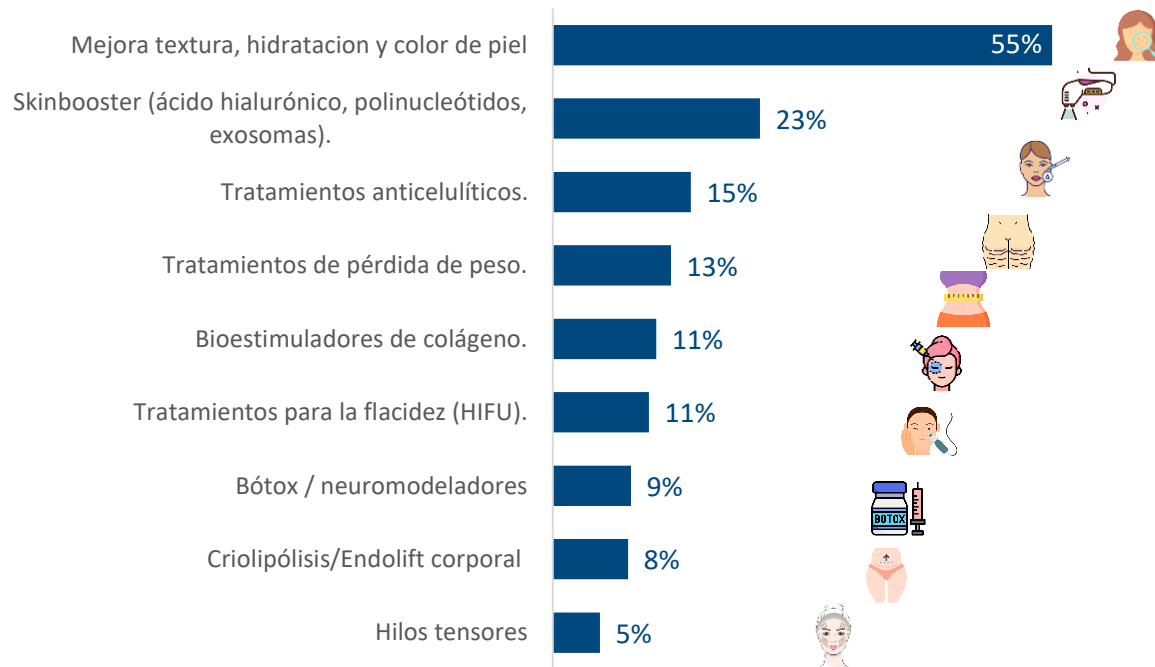
Satisfacción



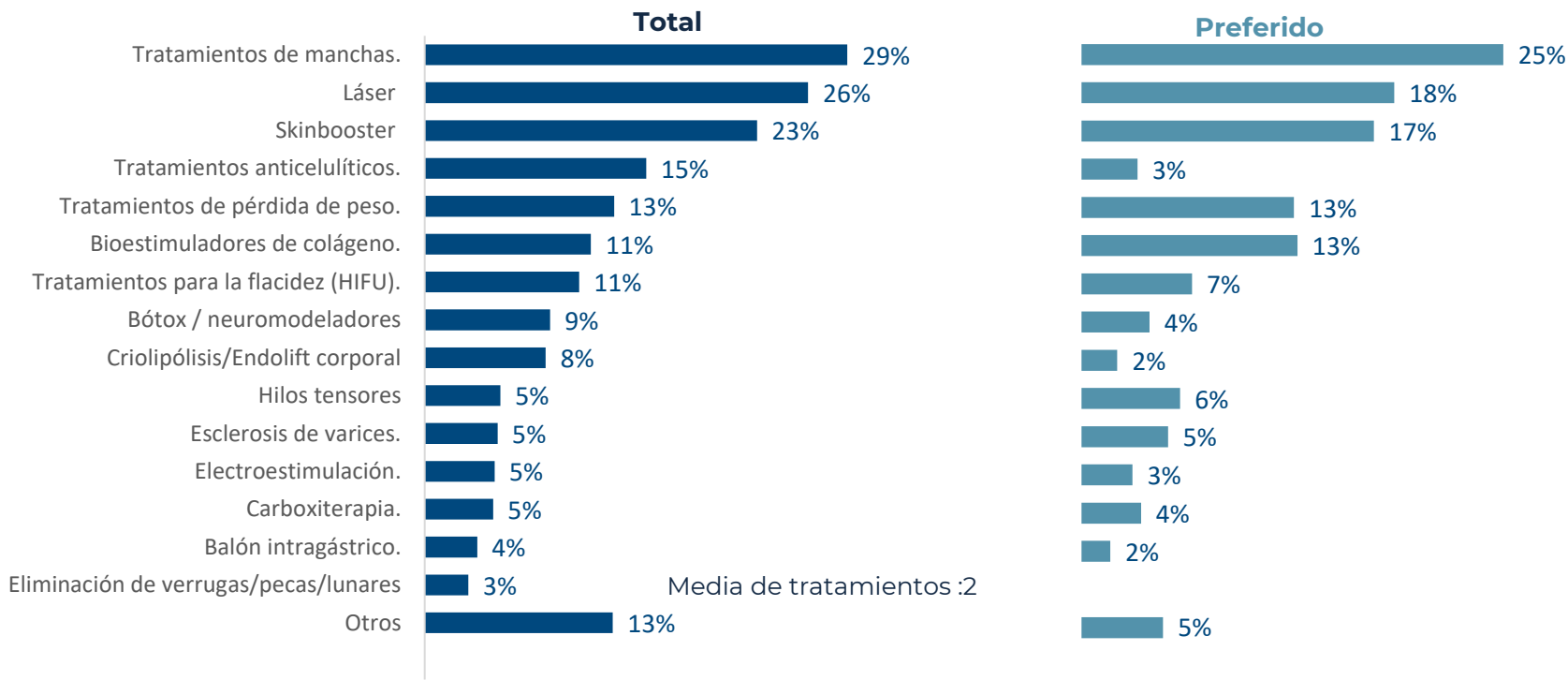
Tres de cada diez pacientes se han sometido a tratamientos para combatir las manchas. Entre los procedimientos más realizados destacan también el láser y skinbooster.

Las mujeres demandan más los hilos tensores, tratamientos anticelulíticos, bioestimuladores de colágeno e hilos tensores.

El láser es más demandado entre los jóvenes, mientras que el Botox por el segmento de 30 a 44 años. Los pacientes de más de 65 años se someten más a tratamientos de electroestimulación e hilos tensores.



Tres de cada diez pacientes se han sometido a tratamientos para combatir las manchas. Entre los procedimientos más realizados destacan también el láser (25%) y los skinboosters (20%). Además, estos tres tratamientos a la vez son los preferidos.



Tratamientos por perfil de paciente

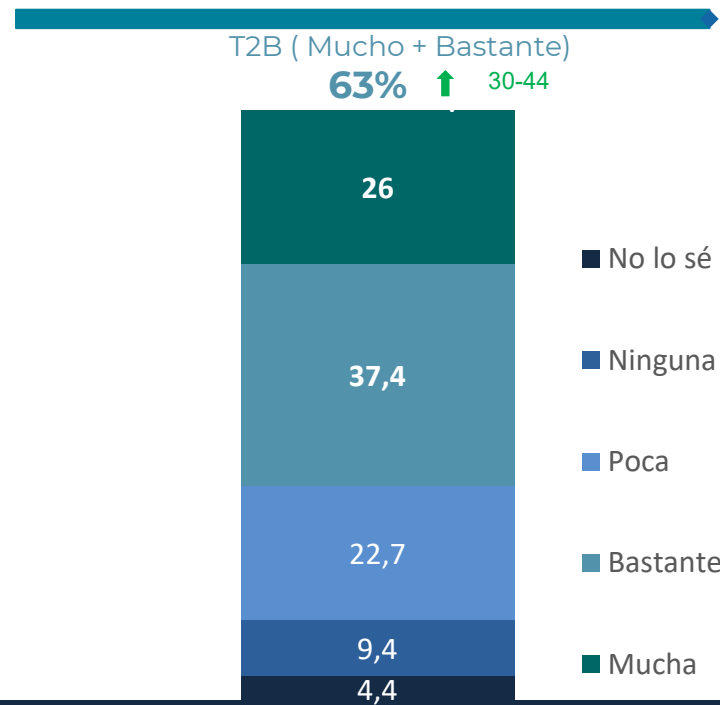
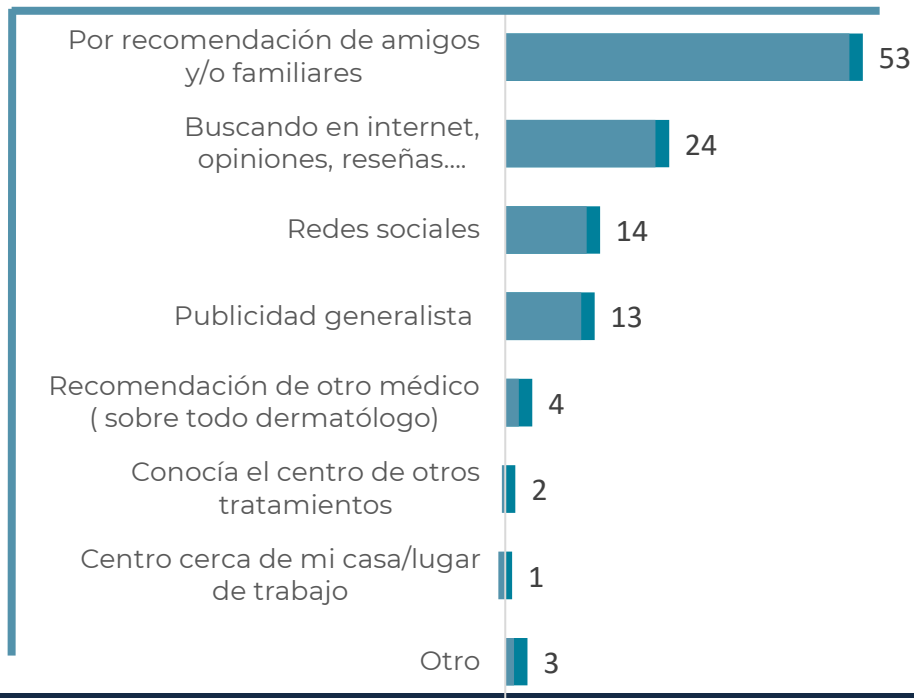
	SEXO		EDAD			
	Hombres	Mujeres	18-29	30-44	45-64	65+
Tratamientos de manchas	28,5	30,3	19,9	27,4	30,5	35,8
Láser	15,8	28,8	44,5	31,7	21,4	11,8
Skinbooster	17,7	21,3	15,4	26,7	19,2	15,7
Tratamientos anticelulíticos	4,6	21,8	18,7	17	13,6	18,5
Tratamientos de pérdida de peso	18,2	13,9	13,7	13,1	13	21,4
Bioestimuladores de colágeno	4,3	14,8	7,4	12,4	10,5	13,8
Tratamientos para la flacidez (HIFU)	8,1	10,8	4,8	8,2	12,9	10,7
Electroestimulación	9,9	8,8	2,6	4,2	5,4	22,9
Hilos tensores	4	8,2	2,6	3	7,2	13,2
Esclerosis de varices	4,4	7,4	0	3	6,8	13,2
Criolipólisis/Endolift	7,2	5,6	0	10,5	6,2	3,4
Bótox / neuromodeladores	7,6	5,5	0	10,9	6,6	2,5
Balón intragástrico	7,5	2	10,2	4,8	2,5	1
Carboxiterapia	2	4,4	2,6	5,3	4,3	1,4
Eliminación de verrugas/pecas/lunares	3,9	2,6	0	2,2	3,8	4,1
Otros	20	11,9	12,3	13,6	15,7	14,6

Pacientes: Medio por el que se conoció el centro y probabilidad de otro tratamiento en los próximos 12 meses

La mitad de los pacientes han conocido el centro donde han acudido por recomendaciones de conocidos. Un 26% de los ya pacientes afirman que con mucha seguridad se realizarán otro tratamiento en el próximo año, significativamente más los que se encuentran en la horquilla de 30 a 44 años.

Medios por los que conoció el centro

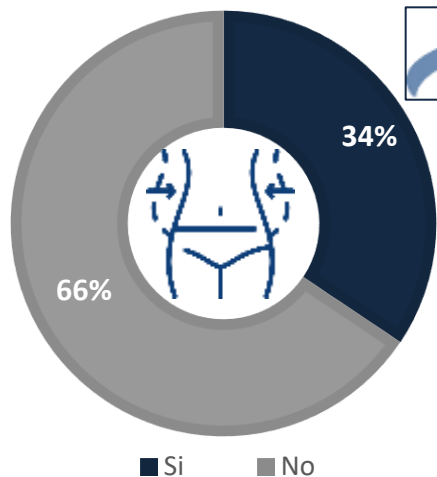
Probabilidad de realizarse un tratamiento en el prox. año



Pacientes: Medicina estética VS Cirugía estética

Un tercio de los pacientes de medicina estética también se han sometido a cirugía estética y de estos **2/3** **prefieren la medicina a la cirugía**, principalmente porque es menos invasiva.

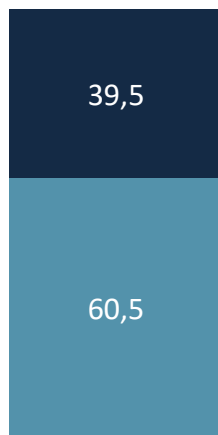
Se han sometido a cirugía estética



Preferencia



VS



■ Medicina estética ■ Cirugía estética

Es más duradera / definitiva Por los resultados
Porque era necesario no había otra opción
Más eficaz
Más visible /tangible Más segura /
Lo tiene que hacer da más seguridad
un médico Más eficaz

Calidad y mejora
Menos invasiva
No hay que pasar por quirófano /
no requiere anestesia
Más segura / menos arriesgada
Menos invasiva

Los tratamientos de medicina estética pueden hacerse guiados por ecografía visualizando así en tiempo real las estructuras internas (piel, grasa, vasos).

92%

Cree que supone un gran avance

porque proporciona mucha más seguridad y precisión en la aplicación el tratamiento



Segmentación del mercado

Perfiles motivacionales



Dimensionamiento de los **cinco perfiles detectados en la fase cualitativa** y que se **explican desde las distintas motivaciones/formas de acceder a la medicina estética. No son perfiles puros ni excluyentes**: comparten rasgos y pueden solaparse, pero **cada uno responde a un motor principal que guía la decisión y la forma de relacionarse** con los tratamientos. Los **drivers** que diferencian los perfiles **van desde delegar rutinas de cuidado hasta alinearse con el grupo, la búsqueda de momentos para uno mismo, el alivio de inseguridades y la mejora de la autoestima o acompañar al paso del tiempo. Cada uno de estos motores se asocia con una emocionalidad particular** (eficiencia, pertenencia, merecimiento, validación o mantenimiento) que condiciona las expectativas, los resultados que se consideran satisfactorios y el tipo de acompañamiento que esperan del profesional.



Optimizadores del cuidado

12%



Competidores sociales

4%



Reivindicadoras del bienestar

8%



Reconstructores de autoestima

46%



Acompañados en el paso del tiempo

36%



4. Conclusiones...

Conclusiones del Estudio

DEFINICIÓN



Corrección estética
y prevención del envejecimiento

✓ Bienestar, no superficialidad

DECISIÓN



Boca a boca > publicidad

Confusión sobre quién debe tratar

PERCEPCIÓN



Accesible pero con límites
económicos

✓ Asociada a riesgos médicos



Mejora de la autoestima,
aumento de la motivación

✓ Práctica discreta

MOTIVACIÓN



Emocional

Naturalidad

✓ Paciente joven

La SEME, fuente clave
de información.



GRACIAS

#NoSinTuMédico

