**

*Belcorp, la corporación con presencia en 14 países y más de 50 años de experiencia en el mundo de la belleza,* ***celebra el relanzamiento de Ésika, su marca líder****.*

*Hoy las mujeres somos más activas, modernas y auténticas. Ésika cambia con nosotras**e**invita a las mujeres a expresarse y elegir.*

***Bolivia, 4 de septiembre de 2019.*** La corporación de belleza Belcorp, presente en 14 países, presenta la nueva imagen de su marca Ésika, líder en la industria de la venta directa en Bolivia y posicionada como una de las mejores marcas de belleza en Latinoamérica.

En línea con el propósito corporativo de Belcorp (*Impulsamos belleza para lograr realización personal*), Ésika busca promover el empoderamiento de las mujeres a través de sus comunicaciones. En el año 2016, por ejemplo, la marca fue premiada por ONU Mujeres por su publicidad que rompe con estereotipos e impulsa el empoderamiento femenino. Este año, Ésika actualiza su enfoque de empoderamiento bajo el concepto “Mi expresión. Mi elección”, con el que invita a las mujeres a elegir con libertad y a expresarse con autenticidad. Para reforzar su mensaje, la marca revela una nueva imagen, un nuevo logo e incluso, un catálogo renovado con un nuevo estilo de fotos.

La nueva imagen de Ésika viene acompañada de novedades para ofrecer la mejor experiencia a sus millones de consumidoras en Bolivia:

**Personalización y diversidad de estilos:** Es una marca para mujeres de todos los estilos y personalidades. Es por ello que cuenta en su portafolio con productos personalizables que permiten a las consumidoras expresarse como prefieren.

**Mayor calidad y variedad en productos:** Ésika co-crea con especialistas y consumidores los más innovadores productos.Además, estrena el proceso de fabricación *Essent Tech*, que maximiza la duración y calidad de sus fragancias finas.Asimismo, la marca le recuerda a sus consumidores que sus productos no son testeados en animales.

**Mayor asesoría digital:** Nuevas herramientas digitales de personalización, como el maquillador virtual, que permite a las usuarias probar los distintos productos y tonos de maquillaje de la marca desde donde se encuentren.

“Ésika está en constante reinvención para ir de la mano con la evolución de nuestra consumidora. Hoy, la mujer boliviana entiende el empoderamiento como la libertad de elegir quién queremos ser y expresarlo al mundo sin miedo: Este es nuestro mayor logro. La verdadera belleza reside en nuestra forma de ser auténtica y nuestras ganas de expresar quiénes somos”, explica **Karim Arias**, Gerente de Marketing de Belcorp Bolivia.

La marca presentó en Bolivia su nueva imagen y posicionamiento en un evento en el que influencers, bloggers y los medios de comunicación más importantes del país experimentaron la nueva Ésika.

La nueva esencia de la marca se transmitió por medio de la experiencia **Ésika Boulevard**,acondicionada en el centro comercial Las Brisas, en la que los asistentes se encontraron con la simulación de una gran avenida con diferentes espacios de empoderamiento, de toma de decisiones y de muestra de productos de la marca.

Al pasear por el **Ésika Boulevard** se encontraron lugares como el **Beauty Bar**, que contó con todos los códigos de un bar, adaptados para servir una variada carta de productos de belleza. Aquí, las invitadas pusieron a prueba el renovado labial de larga duración Duo Tattoo de la línea Colorfix, aplicándoselo y luego comprobando el efecto no transfer, al evidenciar que no deja marcas en las copas.

Las asistentes además conocieron el kiosco de noticias **Ésika News**, donde titulares de empoderamiento fueron elegidos por las invitadas para ilustrar las portadas de las publicaciones. Otro ambiente fue el gimnasio **Fight Like a Girl,** donde se combatieron los prejuicios y paradigmas que las mujeres enfrentan en su día a día, y otros espacios como el mural **Power Wall**, el parque **Go Girl** y más.

Con la experiencia **Ésika Boulevard**, la marca muestra las distintas formas en que acompaña a la mujer en su camino de empoderamiento, libertad de elección y expresión de autenticidad. “Con este cambio de imagen, Ésika reafirma su compromiso con el empoderamiento de la mujer boliviana, fortalece la conexión con sus consumidoras, se acerca a nuevas generaciones y construye una identidad excepcional”, finalizó **Arias**.

Para conocer más sobre Ésika, visita [www.esika.com](http://www.esika.com)

Además, puedes subir tus fotos o videos con el hashtag **#MiExpresiónMiElección** a [Facebook/esika.belcorp](http://www.facebook.com/esika.belcorp), Instagram/@esikabelcorp, [Twitter/@esikabelcorp](https://twitter.com/EsikaBelcorp) y [Youtube/esikavideos](http://www.youtube.com/esikavideos).

**Press Contact | ÉSIKA**

Fernando Sandoval Conde

fsandoval@lolagroup.com.bo

Móvil: +591 708 72611

