



Lidl demuestra que la ciencia no está reñida con el precio con Cien, su marca de higiene y cosmética pensada para cuidarte en cada momento

La marca de cuidado personal de Lidl ofrece soluciones seguras y eficaces que incorporan ingredientes en tendencia como el retinal, el ácido hialurónico y la vitamina C a precios al alcance de todos y con una experiencia de compra mejorada.

La modelo y actriz Vanesa Romero se estrena como embajadora de la marca con el objetivo de trasladar la importancia de la democratización de la cosmética y del autocuidado como fuente de bienestar.



Madrid, 15 de octubre de 2025.- Durante mucho tiempo, la seguridad y eficacia de los productos cosméticos se ha asociado a un precio elevado. Sin embargo, gracias a la investigación, a la innovación y al creciente conocimiento de los consumidores en cuanto a formulaciones cosméticas, estas ideas se están quedando cada vez más atrás. Hoy en día **los consumidores buscan ingredientes de alta calidad y de eficacia demostrada que ofrezcan resultados visibles y que estén respaldados por la ciencia, a precios accesibles** para todos los bolsillos.

Bajo esta premisa, la cadena de supermercados Lidl ha **dado un paso firme para demostrar que la ciencia no está reñida con el precio de la mano de Cien**, su marca propia de higiene y cosmética para toda la familia. Cien ofrece una **gran variedad de productos** pensados para cubrir todas las necesidades de cuidado personal del día a día y que además cuentan con **ingredientes en tendencia y de alta calidad** como el **retinal, el ácido hialurónico y la vitamina C**, disponibles a precios muy económicos.



Con **más de 250 productos** disponibles en las más de 700 tiendas de la compañía, los productos Cien abarcan desde **el cuidado facial, corporal y capilar hasta fragancias**. Para trasladar su apuesta por esta categoría, **Lidl se ha aliado con la modelo y actriz Vanesa Romero como nueva embajadora de marca**, quien ha puesto en valor en un acto de presentación en Madrid la importancia de **democratizar la cosmética** para que el cuidado personal esté al alcance de todas las personas.

En palabras de la **nueva embajadora de Cien, Vanesa Romero**: *“Estoy muy contenta de trabajar con Cien porque me siento identificada con lo que ofrece: una amplia variedad de productos de calidad para el cuidado personal, a precios accesibles. Cuidarnos no debe ser un lujo al alcance de unas pocas personas, sino una forma de que todas las mujeres podamos sentirnos bien en cada momento del día. Para mí, dedicarle un ratito a mi piel y a mi cabello es algo que desde luego vale la pena”*.

Así lo refleja el nuevo mensaje de campaña de Cien **“Cuidarte en cada momento vale la pena”**, que transmite la importancia del autocuidado como fuente de bienestar y está asociado a la campaña **“Lidl vale la pena”**, lanzada por la compañía hace un par de semanas a nivel global para demostrar el **compromiso de Lidl con acompañar a las personas en todos los momentos de su vida** ofreciendo la mejor relación calidad-precio en todo su surtido e incorporando el propósito de ayudar a las personas a vivir mejor cada día.

La ciencia detrás de los productos Cien: ingredientes eficaces y de alta calidad

En el contexto actual del sector, Cien se diferencia por acercar la ciencia al consumidor con productos que integran la innovación y los ingredientes en tendencia en fórmulas seguras y de eficacia demostrada. Para ello, Cien se apoya en el criterio de la **responsable de Compras de Lidl España y experta en formulaciones cosméticas Sandra Monegal**, así como en el aval de la **dermatóloga y directora de comunicación de la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV) Ana Molina**.

Según **Sandra Monegal**: *“Con Cien, queremos que el coste económico no sea una barrera para que todas las personas puedan cuidarse, independientemente de su edad o necesidades. Por ello, trabajamos para ofrecer productos con formulaciones efectivas y una experiencia de uso óptima en cuanto a envase, aroma y textura. Todo ello, a un precio muy asequible. Además, por supuesto priorizando la seguridad de nuestros productos, cumpliendo con la exigente regulación de la Unión Europea para que puedan ser utilizados en total confianza por parte de toda la familia”*.

En palabras de la **dermatóloga Ana Molina**: *“En mi experiencia como dermatóloga, he comprobado que la calidad cosmética no siempre va de la mano del precio. Cada vez hay más marcas accesibles como Cien que apuestan por incluir ingredientes con eficacia demostrada, como el ácido hialurónico o los péptidos, presentes también en productos de alta gama. Lo importante es que el cosmético esté bien formulado y adaptado a las necesidades reales de la piel. Y en ese sentido, Cien contribuye a democratizar el cuidado dermatológico, acercando fórmulas eficaces y seguras a todos los bolsillos, sin renunciar a la sensorialidad o la innovación”*.



Algunos de los ingredientes que demuestran el compromiso de la marca por democratizar la cosmética y el cuidado personal son:

- **Retinal:** respondiendo a las tendencias y las regulaciones del sector cosmético sobre la limitación del uso de retinol, Cien ha empezado a comercializar productos con retinal, un derivado de la vitamina A que demuestra más eficacia que otros retinoides y que contribuye a rejuvenecer la piel reduciendo arrugas y manchas y mejorando su textura. Este ingrediente está presente en el **sérum de retinal de Cien** (4,99 euros).

“El retinal es uno de los ingredientes más eficaces dentro de la familia de los retinoides. Actúa más rápido que el retinol tradicional, siendo especialmente eficaz en la mejora de arrugas, manchas y textura de la piel. Me parece muy positivo que marcas accesibles como Cien apuesten por este activo con evidencia científica contrastada”, destaca la **dermatóloga Ana Molina**.

- **Ácido hialurónico:** otro de los ingredientes estrella en el sector cosmético es el ácido hialurónico, un polisacárido naturalmente presente en la piel con la capacidad de retener moléculas de agua y, por lo tanto, de mantener la hidratación, el volumen y la firmeza del rostro. El surtido de Cien cuenta con varios productos formulados con este ingrediente como el **sérum facial de ácido hialurónico Hydra Intense** (4,99 euros) y la premiada **crema facial Hydra Intense** (3,99 euros).

En palabras de **Ana**: *“El ácido hialurónico es una molécula esencial en dermatología por su capacidad para retener agua y mantener la piel hidratada, firme y con volumen. Su uso tópico, especialmente en sérums y cremas, es clave para reforzar la función barrera y mejorar la elasticidad cutánea”*.

- **Vitamina C:** la Vitamina C o ácido ascórbico se caracteriza por su gran acción antioxidante, capaz de combatir los radicales libres y el envejecimiento prematuro, aportar luminosidad y reducir las manchas de la piel. Este ingrediente está presente en varios productos de Cien como la **crema Q10 con vitamina C** (3,99 euros) y el **sérum facial con vitamina C** (4,99 euros).

“La vitamina C es un potente antioxidante que neutraliza los radicales libres responsables del envejecimiento prematuro. Además, unifica el tono, aporta luminosidad y potencia la síntesis de colágeno. Es uno de los activos más recomendados en rutinas de día”, afirma **Ana Molina**.



- **Provitamina B5:** también conocida como pantenol, la provitamina B5 es la precursora de la vitamina B5, esencial para el cuidado de la piel debido a su capacidad de hidratación y regeneración y también para el cabello gracias a su acción fortalecedora y revitalizante. En el surtido de Cien, se encuentra en productos como la **crema facial sensitive** (1,99 euros) formulada para pieles sensibles, así como en toda la **gama capilar Provitamina de Cien** (a partir de 1,37 euros).

Ana Molina nos explica: *“La provitamina B5 tiene propiedades calmantes, hidratantes y reparadoras, por eso se utiliza tanto en pieles sensibles como en productos capilares. Es muy versátil y bien tolerada, ideal para reforzar la función barrera de la piel y mejorar el aspecto del cabello”.*

- **Péptidos:** los péptidos son cadenas de aminoácidos que cuentan con la capacidad de estimular la producción de colágeno, regenerar la piel y contribuir a su rejuvenecimiento aportando elasticidad y firmeza. Son uno de los ingredientes estrella de la **gama de cuidado facial para pieles maduras Gold de Cien** (a partir de 4,99 euros).

“Los péptidos estimulan la producción de colágeno y elastina, ayudando a mantener la firmeza y elasticidad de la piel. Son aliados clave en el cuidado antiedad, especialmente en pieles maduras. Su presencia en productos asequibles democratiza el acceso a activos eficaces”, comenta Ana.

Los consejos de Vanesa Romero para cuidarte en cada momento



La nueva embajadora de Cien, **Vanesa Romero**, percibe su rutina de belleza como una terapia personal.

“Cuando los focos y las cámaras son una constante en tu vida, el cuidado de la piel no es solo un ritual de belleza, es una parte esencial del bienestar. Creo que esto no solo aplica a figuras públicas, sino que es un pensamiento que vivimos todas las mujeres, cada una a su manera. Para nosotras, la cosmética es nuestra



armadura diaria, nuestro momento de autocuidado y la clave para sentirnos radiantes en cualquier situación, lo que mejorará nuestra seguridad. No se trata de ocultar, sino de realzar lo que ya tienes y darle a tu piel el amor y la protección que se merece”, comenta la actriz y modelo.

Sus **trucos básicos** para mantener una piel firme y radiante son:

- Una **buena limpieza de piel** es fundamental en mi rutina diaria. Le dedico mucho tiempo porque creo que es uno de los pasos más importantes del cuidado facial. Lo considero uno de mis momentos preferidos.
- Uso el **protector solar** los 365 días del año y lo aplico varias veces al día incluso si estoy en interiores o no hay mucho sol fuera.
- **No me acuesto jamás sin desmaquillarme**, aunque esté agotada y sea tarde, para mí es un ritual sagrado. Por eso siempre uso un desmaquillante capaz de eliminar incluso el maquillaje waterproof.
- Cuando utilizo un producto me fijo muy bien en que contenga **ingredientes de alta calidad**, me gusta saber que estoy dándole a mi piel lo que necesita.

Para la **embajadora de Cien**: “Dedicarte unos minutos al día puede tener un impacto importante no sólo en cómo te ves ante el espejo, sino también en cómo te sientes física y mentalmente, y cómo te perciben los demás. La buena cosmética, como la moda, ayuda a reforzar nuestra imagen y a potenciar la salud que se ve por fuera y nos enriquece por dentro”.

Una experiencia de compra mejorada

Lidl trabaja constantemente para ofrecer una **experiencia de compra cada vez más sencilla y cómoda**. En el caso de **Cien**, la compañía está adaptando la **presentación de sus productos** en los lineales de sus tiendas para facilitar la creación de rutinas específicas de **cuidado corporal, capilar y facial**, con el objetivo de facilitar la elección de los productos adecuados para cada necesidad de sus clientes. Desde un consumidor que busca un producto específico para pelo rizado hasta el que busca productos de exfoliación corporal, el objetivo de Lidl es que sus clientes encuentren con facilidad todo lo que necesitan para su rutina diaria en sus estanterías.

A través de la mejora de la disposición de los productos Cien en sus tiendas, Lidl también quiere aportar una **mayor claridad visual y orden en las estanterías**, permitiendo encontrar los productos con más rapidez, y presentar **de manera más visible la información principal de cada envase**, facilitando el acceso a los beneficios y los ingredientes de cada producto y favoreciendo una decisión de compra más informada.

El compromiso de Lidl con España

Desde su responsabilidad como gran empresa, Lidl trabaja más que nunca para reforzar su compromiso con España y contribuir de forma decisiva al desarrollo económico y social del país. En este sentido, la compañía sigue generando valor compartido en todo el territorio a través de la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de empleo estable y de calidad, y la compra de producto nacional –impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores–. Todo ello estando cerca de colectivos vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas y sin renunciar a la sostenibilidad como factor clave en toda su actividad, para ofrecer siempre la mejor relación calidad-precio a sus clientes.

Acerca de Lidl

Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, la empresa cuenta con una red de más de 700 tiendas y 13 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 18.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 900 proveedores



Nota de prensa



nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 7.400 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía que forma parte del Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el sector de la distribución alimentaria. Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en más de treinta países, con una estructura que incluye aproximadamente 12.600 establecimientos, más de 230 centros logísticos y una plantilla superior a 382.000 personas, guiada por los valores de pertenencia, respeto, humildad, confianza y desempeño.

Para más información:

Gabinete de Prensa - Lidl España

[Sala de Prensa - Lidl España](#)

E: prensa@lidl.es T: +34 93 576 14 44

