

STMNT Grooming Goods colabora con el artista de Chicago, Louis de Guzman, para la Artist Edition de 2026

- Inspirada en el crecimiento interior y la autoexpresión, la colaboración lleva el universo artístico de Louis de Guzman al cuidado masculino.
- La Artist Edition 2026 transforma el icónico Champú Todo en Uno de STMNT en una edición limitada de coleccionista, donde el diseño de Louis de Guzman convierte un producto cotidiano en una pieza cultural.
- El lanzamiento se completa con una colección cápsula de artículos exclusivos, entre ellos un pañuelo, un neceser, una bandeja premium y prendas y artículos lifestyle, ampliando la colaboración más allá del producto.



Madrid, 1 de septiembre de 2026.- STMNT, la marca de cuidado del cabello masculino conocida por convertir los rituales cotidianos en declaraciones de estilo llamativas, anuncia su **nueva Edición limitada de la Artist Edition** con una colaboración global junto al **artista filipino-estadounidense Louis de Guzmán**, con base en Chicago.

STMNT, que se posiciona en la intersección entre el cuidado del cabello masculino, el arte y la cultura, continúa evolucionando más allá del diseño tradicional de productos, creando plataformas para poder expresarse de manera creativa y colaboraciones relevantes. **La Artist Edition de STMNT de 2026 (#STMNTxLOUISDEGUZMAN)** marca un nuevo capítulo en esta visión, conectando dos mundos a través de una creencia compartida: que **la autoexpresión es la declaración más poderosa de todas**.

Una pieza de coleccionista, no solo un producto

La pieza central del lanzamiento de este año es la reinterpretación del **Champú Todo en Uno de STMNT** (300 ml), con una **edición limitada** que lo transforma en una pieza de coleccionista gracias al lenguaje visual característico de De Guzman.

Más allá del packaging, el diseño convierte un esencial del día a día en una pieza cultural.

El Champú Todo en Uno, con carbón activado y mentol, proporciona una limpieza refrescante para el cabello, la barba, el cuerpo, el rostro y las manos, con la fragancia premium de STMNT a base de cítricos frescos y lavanda con notas cálidas de haba tonka.

Para ampliar el lanzamiento, STMNT expande la Artist Edition con un ecosistema cuidadosamente seleccionado de **artículos exclusivos y piezas de coleccionista**, entre los que se incluyen:

- Un **pañuelo** con un diseño personalizado
- Una **bandeja** premium
- Un **necesar**
- Una colección cápsula exclusiva de **prendas y artículos de lifestyle**

Todos estos elementos suben de nivel el lanzamiento convirtiéndolo en un momento cultural con múltiples puntos de contacto, tendiendo puentes entre el producto, el arte y el estilo de vida.



El artista: Louis de Guzmán

Louis de Guzman es un galardonado **artista y diseñador** multidisciplinario conocido por fusionar de manera audaz la abstracción geométrica, el storytelling y la identidad cultural.

Su trabajo, inspirado en su experiencia como filipino-estadounidense de segunda generación, explora temas relacionados con el legado, la pertenencia y la evolución personal.

*“Esta colaboración se basó en convertir algo interno en un lenguaje visual compartido. La idea es que el crecimiento comienza en el interior y que antes de que algo cambie externamente, tienes que activar algo dentro de ti mismo. **Quería que la pieza se percibiera como algo personal, pero lo suficientemente abierta como para que cualquiera pudiera ver su propio camino en ella**”, comenta Louis de Guzmán.*

El diseño: Un viaje hacia el interior



Para la Artist Edition de STMNT de 2026, De Guzmán creó un diseño original centrado en la idea del **crecimiento interior y el descubrimiento de uno mismo**.

En el centro hay **una linterna**, que simboliza la luz interior que lleva dentro cada persona. El motivo de **la cerradura** invita al espectador a mirar dentro de sí mismo, fomentando la reflexión antes de buscar la validación externa. **Los fragmentos geométricos circundantes** representan la evolución de la identidad, mientras que **los cambios de color** reflejan el paisaje emocional de la transformación.

La pieza captura un momento muy poderoso: **la pausa que ocurre justo antes del cambio, la toma de aire antes del primer paso**. Sirve como un recordatorio de que el progreso no es lineal, y que lo que nos impulsa hacia adelante a menudo ya está dentro de nosotros, esperando a ser descubierto.

Una conexión creativa

La colaboración empezó gracias al **creador de STMNT Julius Cvesar**, cuya conexión con De Guzmán sentó las bases del proyecto.

“Louis no solo crea imágenes, sino que construye mundos. Hay una intención en cada detalle. Traerlo a STMNT fue algo muy natural porque a ambos nos gusta crear yendo más allá de lo superficial, diseños con los que las personas puedan sentirse identificadas a un nivel más profundo”, señala Julius Cvesar.

Una filosofía compartida

La colaboración entre STMNT y Louis de Guzman se asienta sobre una convicción común: **Usar la creatividad como medio para expresar algo real**. Juntos consiguen que cobre vida una colaboración que va más allá de la estética, conectando el arte y la barbería, dos comunidades unidas por la transformación, la identidad y la expresión.

Jonas Schacht, Jefe Global de Marketing y Desarrollo de Negocio de STMNT, explica que *“en STMNT siempre hemos creído que el cuidado del cabello masculino es más que una simple rutina, es una forma de autoexpresión. Las colaboraciones como ésta nos permiten adentrarnos en la cultura de una manera creíble, al trabajar con artistas que aportan una perspectiva real”*.

Sobre la Artist Edition de STMNT

La Artist Edition de STMNT es una serie formada por **colaboraciones anuales donde se invita a artistas que no pertenecen al mundo de la barbería ni la peluquería a reinterpretar los productos clave de STMNT**. En cada lanzamiento transformamos los esenciales para el cuidado del cabello masculino en ediciones limitadas de coleccionista con piezas que refuerzan



la posición de STMNT como marca asentada en la cultura, una que es un reflejo de su comunidad y no una que simplemente la sigue.

Esto es STMNT. Elaborada por los creadores. Moldeada por la cultura. Hecha para aquellos que defienden algo. STMNT Grooming Goods y la Edición Limitada de la Artist Edition están disponibles a través de salones de peluquería profesionales colaboradores y plataformas de comercio electrónico de confianza en todo el mundo.

Sobre STMNT:

STMNT, la marca de cuidado masculino imprescindible para barberías y salones nace de la mano de Julius Cvesar, Staygold y Nomad Barber con el objetivo de crear algo nuevo, una marca con determinación que da un giro radical a la barbería tradicional. Durante los últimos años, la barbería y la peluquería se han fusionado, reinventado el cuidado masculino y desafian los códigos clásicos de la masculinidad. La barbería moderna es sofisticada, se basa en el estilo de vida y no tiene género.

STMNT cuenta con la Línea Cuidado desarrollada específicamente para cuidar todo tipo de cabello y barba, añadiendo a sus fórmulas de alto rendimiento carbón activado para purificar y mentol revitalizante para conseguir un toque de frescura y limpieza adicional. Esta línea se complementa con las tres Colecciones de Acabado desarrolladas por cada uno de los tres fundadores aportando su identidad en cada uno de los productos.

[STMNT Grooming Goods | STMNT Grooming Goods](#)

Para más información – Roman Reputation Matters

Paula Omite – p.omite@romanrm.com - 626 946 212

Laura Martín – l.martin@romanrm.com - 630 883 499