



Un terreno **en transformación** constante

En el vasto universo de la cosmética, donde consumidores, marcas y proveedores tejen una compleja red de relaciones, resulta imposible ignorar la importancia de comprender a fondo el entorno que se habita. Transformados por la tecnología, estos tres actores principales se encuentran en un proceso continuo de redefinición: los consumidores, cada vez más exigentes, demandan personalización y sostenibilidad; las marcas, guiadas por la inteligencia artificial y el comercio social, luchan por anticiparse a esas expectativas; mientras que los proveedores reimaginan ingredientes, envases y procesos para dar respuesta a un mercado que no cesa de evolucionar. La forma en que estos elementos interactúan está siendo moldeada por la innovación, como si una fuerza invisible los dirigiera hacia un destino común. Y es en ese terreno, cambiante y fascinante, donde solo quienes logren comprender las reglas de este juego dinámico podrán encontrar su lugar y desempeñar su papel con maestría.



Por *Victoria Ducournau*, *HEAD OF HAVAS MARKET*

No es un secreto que la industria de la belleza y el comercio electrónico se encuentran en un

punto de transformación muy profunda y permanente. A medida que las tecnologías avanzan, las

preocupaciones medioambientales se intensifican y los consumidores exigen productos más personalizados,



LA IA NOS PERMITIRÁ A LAS MARCAS Y SUS EQUIPOS ANALIZAR GRANDES CANTIDADES DE INFORMACIÓN SOBRE SUS CLIENTES

casi únicos, el sector evoluciona hacia nuevas dinámicas de consumo y oferta. Es en este momento cuando conocer las principales tendencias que pueden moldear el futuro de la belleza y el *e-commerce* en 2025, desde los desarrollos tecnológicos hasta los cambios culturales y de mercado, resulta imprescindible para entender las dinámicas del sector y el camino que está recorriendo para cumplir con sus propósitos y alcanzar sus objetivos.

PERSONALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA: LA NUEVA ERA DE LA BELLEZA DIGITAL

En 2025, los consumidores esperan que las marcas entiendan y satisfagan

sus necesidades individuales. Esto nos ha llevado a un auge en la personalización a través de la tecnología.

Inteligencia Artificial (IA) y Big Data

La IA nos permitirá a las marcas y sus equipos analizar grandes cantidades de información sobre sus clientes, como el tipo de piel, preferencias de maquillaje, historial de compras y datos climáticos locales, para ofrecer productos y servicios más precisos. Aunque, el análisis de datos no es nuevo, sí que es cierto que la IA nos abre un nuevo horizonte de posibilidades para poder ir mucho más allá en el análisis y toma de decisiones casi en tiempo real.

Dónde:

- Plataformas de *e-commerce* avanzadas: Los usuarios podrán realizar cuestionarios detallados sobre su piel y estilo de vida, y la IA les recomendará productos adaptados a sus necesidades únicas.
- Pruebas virtuales: Herramientas como las de L'Oréal y Sephora permiten a los clientes probar productos de maquillaje o peinados a través de la realidad aumentada (AR), eliminando la necesidad de pruebas físicas. Esto nos lleva a ese siguiente nivel.

SOSTENIBILIDAD: MÁS QUE UNA TENDENCIA, UNA NECESIDAD OBLIGATORIA A CUMPLIR EN ESTE 2025

El impacto ambiental de los productos de belleza es una preocupación clara y manifiesta entre los consumidores,

especialmente en Europa, donde las regulaciones medioambientales son mucho más estrictas. En 2025, la sostenibilidad será un factor clave en la decisión de compra.

Ingredientes naturales y *cruelty-free*

Los consumidores lo tienen claro: productos con ingredientes naturales y libres de crueldad animal. Las marcas están eliminando los químicos agresivos y optando por fórmulas veganas y ecológicas.

¿Qué vemos en España?

Las marcas locales están utilizando ingredientes autóctonos como el aceite de oliva, el aloe vera y extractos botánicos para crear productos éticos y sostenibles.

Embalajes sostenibles y reciclables

El uso de plásticos de un solo uso será reemplazado por envases reciclables, biodegradables o recargables. Además, se promoverán sistemas de devolución de envases para fomentar la economía circular. No es ningún secreto que cada vez, los consumidores son más conscientes y sostenibles y, exigen esta misma sostenibilidad para las marcas.

Un claro ejemplo es que grandes marcas como Garnier están adoptando programas de reciclaje y promoviendo envases reutilizables en sus líneas de productos.

INCLUSIVIDAD: LA DIVERSIDAD ES LA NUEVA NORMALIDAD Y DEBE SER ADOPTADA COMO TAL

La industria de la belleza está adoptando una visión muchísimo más inclusiva que celebra la diversidad de género, edad, raza y tipo de piel. En 2025, la inclusividad



será esencial para ganar la confianza del consumidor.

Tonos de maquillaje más amplios

Un claro ejemplo es Fenty Beauty, que ya ha liderado el camino ofreciendo una amplia gama de tonos para todo tipo de piel. Esta tendencia se expandirá globalmente, y las plataformas de *e-commerce* destacarán filtros para encontrar tonos específicos.

Belleza sin género

El mercado de la belleza unisex crecerá con productos diseñados para ser utilizados por cualquier persona, independientemente de su género.

La aceptación de productos sin género está en aumento, especialmente entre las generaciones más jóvenes,

quienes valoran la igualdad y la autenticidad.

COMERCIO SOCIAL: EL PODER DE LAS REDES SOCIALES ES YA UNA REALIDAD

Las redes sociales han cambiado la forma en que los consumidores descubren y compran productos. En 2025, el comercio social será una de las principales estrategias de venta.

TikTok e Instagram shopping

Estas plataformas se consolidarán como canales de *e-commerce*, permitiendo a las marcas vender directamente desde sus perfiles. TikTok Shop está literalmente a la vuelta de la esquina.

Qué podremos ver más pronto que tarde:

- Las empresas invertirán en contenido generado por

usuarios e *influencers* para aumentar la confianza y el alcance.

- Los videos cortos mostrarán tutoriales de maquillaje y rutinas de cuidado de la piel, vinculados directamente a los productos. Aunque esto no es nuevo, con la llegada de TikTok Shop, el acceso inmediato a estos productos vistos en el tutorial, ya serán una clara realidad.

Live Shopping

El comercio será vivo, los *influencers* o expertos en belleza presentarán productos en tiempo real y se convertirá en una herramienta clave para impulsar ventas. Esta práctica, ya habitual en Asia y conocida como *live shopping*, está comenzando a ganar popularidad, especialmente en el sector de cosméticos y perfumes.

‘EL SECTOR DE LA BELLEZA Y EL E-COMMERCE EN 2025 SERÁ UN REFLEJO DE LAS DEMANDAS DE UN CONSUMIDOR CONECTADO, CONSCIENTE Y EXIGENTE’

MODELOS DE SUSCRIPCIÓN Y FIDELIZACIÓN

El modelo de suscripción seguirá siendo muy popular, proporcionando a los consumidores comodidad y a las marcas ingresos recurrentes.

Programas de fidelización digitales

Las plataformas de *e-commerce* ofrecerán descuentos exclusivos, productos gratuitos y puntos canjeables para retener a los clientes.

TECNOLOGÍA IOT: DISPOSITIVOS INTELIGENTES PARA EL CUIDADO PERSONAL

El Internet de las Cosas (IoT) está revolucionando la experiencia de cuidado personal.

Espejos inteligentes

Espejos que analizan la piel del usuario y sugieren productos y rutinas específicas estarán ampliamente disponibles en 2025. Ya podemos ver ejemplos en algunos *retailers* donde gracias al IoT, somos capaces en tiempo real tener un perfilado mucho más profundo de las pruebas de producto y los gustos de los consumidores.

Dispositivos de belleza conectados

Desde cepillos faciales hasta herramientas de diagnóstico capilar, estos dispositivos ofrecerán análisis personalizados y rutinas automatizadas. Marcas como Foreo y Dyson ya están liderando el camino en dispositivos tecnológicos

de belleza y, esto no ha hecho más que empezar.

SKINIMALISMO Y BELLEZA SALUDABLE

El “skinimalismo” o minimalismo en el cuidado de la piel será una tendencia dominante. Los consumidores buscarán productos multifuncionales que simplifiquen las rutinas de belleza. En Europa ya es una clara tendencia. El consumidor de cosmética europeo lleva mucho tiempo buscando la versatilidad y productos que ofrezcan varios beneficios en su conjunto.

Productos todo-en-uno

Crece la demanda de productos que combinen funciones, como hidratantes con protección solar o sérums con propiedades antienvjecimiento y antioxidantes.

Enfoque en la salud de la piel

El cuidado de la piel no solo se enfocará en la estética, sino también en la salud. Habrá una mayor demanda de productos que traten problemas como acné, rosácea y manchas solares, con ingredientes respaldados por la ciencia. Marcas como Clinique, ISDIN o Clarins ya son grandes jugadores de los tratamientos específicos.

REALIDAD AUMENTADA Y VIRTUAL EN EXPERIENCIAS DE COMPRA

En 2025, la línea entre lo físico y lo digital se difuminará aún más gracias a tecnologías inmersivas. El *Phygital* forma parte de una experiencia que

va más allá de la multicanalidad. No hay canales y los clientes serán ese canal de experiencia.

Realidad aumentada para probar productos

Los consumidores podrán probar maquillaje, gafas y peinados en tiempo real desde sus dispositivos móviles antes de realizar una compra.

Tiendas virtuales

Plataformas de *e-commerce* ofrecen ya experiencias inmersivas en tiendas virtuales, permitiendo a los usuarios recorrer pasillos digitales y explorar productos de manera interactiva.

El sector de la belleza y el *e-commerce* en 2025 será un reflejo de las demandas de un consumidor conectado, consciente y exigente. La personalización, sostenibilidad, inclusión y tecnología serán pilares fundamentales para las marcas que busquen destacar en un mercado competitivo.

A medida que la tecnología avanza y las expectativas cambian, las empresas deben, como pilar de evolución e innovación, adaptarse rápidamente para mantenerse relevantes y ofrecer experiencias memorables a sus clientes.

Es claramente un momento emocionante para la industria de la belleza, que se encuentra en la intersección de la innovación y la transformación cultural. Las marcas que abracen estas tendencias no sólo prosperarán, sino que también redefinirán el concepto de belleza para las generaciones futuras 🌱