



BLOCKCHAIN: TRAZABILIDAD Y TRANSPARENCIA PARA EL PACKAGING COSMÉTICO

El blockchain está también tocando la puerta de la industria cosmética y del cuidado personal. Cada día son más las marcas que, preocupadas por diferenciarse ante un consumidor complejo en sus decisiones de compra, deciden abordar esta vía a la hora de informar al cliente en el 'momento de la verdad'. En realidad, todo un sistema de codificación de datos, supuestamente con un aspecto racional, pasa a jugar un rol importante en el impacto emocional que tiene el producto que vamos a comprar y consumir.



MARGA ROMO,

**Key Account
Manager de Nekicesa
Packaging, Essentra
Group**

El blockchain permite, de manera virtual, rastrear, compartir y verificar cualquier acción y transacción que se realice con el producto, desde el momento en que se eligen sus ingredientes, pasando por su fabricación y hasta el lugar de entrega.

Así, el packaging se convierte en un instrumento para desarrollar una nueva relación de confianza con el cliente, ya que ofrece la posibilidad de imprimir códigos variables que permitan la construcción de un sistema transparente a lo largo de la cadena de suministro.

Por otro lado, el blockchain no solo facilita el rastreo exhaustivo durante todo el ciclo de vida del producto, sino que además

ofrece la oportunidad de mejorar el cumplimiento normativo y de las exigencias de auditoría. De hecho, gracias a este tipo de sistemas, los dueños de las marcas tienen control sobre toda la cadena de suministro y, en caso de que exista un error de calidad, puede incluso llegar a evitarse la comercialización de un producto. Esto permite prevenir costes relacionados con recogidas de mercado y la consecuente mala imagen que provoca.

A nivel financiero y de negocio, al controlar las transacciones y movimientos que se realizan, se puede localizar con total exactitud dónde se está produciendo un potencial desfase de coste que provocará una desviación en la rentabilidad de un producto. Además, la verificación de las transacciones realizadas agilizará la llegada del producto al consumidor.

Por tanto, nos encontramos ante un nuevo concepto descentralizado de negocio en el que cada usuario que interacciona con un producto colabora para formar una cadena segura sin intermediarios.

Existen aspectos importantes en el mercado cosmético y de cuidado personal que convierten al blockchain en una tecnología interesante:

El consumidor tiende a consumir productos de 'belleza limpia', que buscan utilizar ingredientes sanos y con beneficios para los clientes. Adicionalmente, el comprador está interesado en la procedencia de los ingredientes que conforman el producto y el packaging que los contiene. Si esta información está disponible en el propio packaging a través de un código impreso y el consumidor puede rastrearla, será un aspecto más de relevancia que incline la balanza hacia un producto en concreto.

Siguiendo la tendencia global, el agua (o más bien su escasez) es una preocupación creciente y se empieza a convertir en un bien valioso. Existe la necesidad de desarrollar nuevas formulaciones que requieran poca o escasa agua adicional (polvos faciales, champús secos, etc.). La posibilidad de poder comprobar la procedencia

y uso que se ha realizado del agua a través de información recopilada en el blockchain, ofrece al consumidor/comprador un elemento más de valoración para la adquisición de una marca u otra.

El desarrollo de alergias relacionadas con determinados productos cosméticos y/o composiciones de los ingredientes son muy frecuentes en el consumidor hoy en día. Por otro lado, la estabilidad de los ingredientes a lo largo de la vida útil del producto no solo es un aspecto a tener en cuenta desde el punto de vista físico-químico, microbiológico o toxicológico, sino también desde la perspectiva de la pérdida de eficacia. Si la empresa es capaz de comunicar el origen de sus productos, los puntos de distribución en los que ha estado y el tiempo que ha permanecido en la cadena hasta la llegada al consumidor, se convertirá en

The image features a central logo for 'biogründl' in white text on a green circular background. Below the logo, the text 'design cosmetic ingredients' and the website 'www.biogründl.es' are displayed. Surrounding the central logo are several colored circles, each containing a product category name: 'cosmetic specialties' (pink), 'floral, fruity and herbal water' (blue), 'capillary treatments' (brown), 'vegetable actives' (dark green), 'anti-ageing actives' (light green), 'anti-cellulite, firming and slimming' (orange), and 'preserving agents' (purple). In the bottom left corner, there is a red 'ECO CERT' logo with 'COSMOS CERTIFIED' below it. In the bottom right corner, there is a 'GARANTIA HALAL' logo with 'BY JUM'AH ISLAMICA' below it.

cosmetic specialties

floral, fruity and herbal water

capillary treatments

biogründl

design cosmetic ingredients

www.biogründl.es

vegetable actives

anti-ageing actives

anti-cellulite, firming and slimming

preserving agents

ECO CERT
COSMOS
CERTIFIED

GARANTIA
HALAL
BY JUM'AH ISLAMICA



una marca transparente para el consumidor.

Así pues, los aspectos más importantes en los que confluyen el blockchain y el packaging cosmético son:

NOTORIEDAD DE MERCADO

El consumidor, con solo escanear un código QR con su smartphone, puede averiguar todo lo que desee del producto (procedencia de la materia prima, por ejemplo), pero también del packaging (si el cartón procede de bosques tutelados, etc.). Además, puede saber en qué momento se ha producido y cuánto tiempo lleva en el mercado, así como por cuántos almacenes ha llegado a pasar y el tiempo que ha permanecido en ellos.

La decisión sobre qué incluir en ese código dependerá de la estrategia de comunicación y marketing de la marca, así como de la transparencia con la que quiera transmitir sus atributos en el mercado. Algo que es evidente, es que la tendencia del consumidor en belleza y cuidado personal es buscar productos y marcas honestas, que sean coherentes con sus propuestas. Los códigos únicos con toda la información pertinente y su gestión blockchain permite esta claridad.

TRACK&TRACE

El consumidor cada día le da más importancia a la capacidad de las marcas de gestionar su logística de última milla, por lo que la codificación en el packaging vuelve a aparecer como un elemento

clave en la carrera hacia el consumidor. Además, el control de la efectividad dentro de la cadena de suministro permite mejorar la gestión de la distribución, al poder medir con exactitud los tiempos utilizados en cada fase. Hasta ahora, los costes que suponían la puesta en marcha de sistemas complejos de gestión e implantación (RFID, NFC, etc.), frenaban abordar este tipo de proyectos, por lo que el blockchain abre un nuevo enfoque más costo-efectivo.

SISTEMAS ANTIFALSIFICACIÓN Y PROTECCIÓN ANTE MERCADOS PARALELOS

La eterna lucha de las marcas para protegerse de las falsificaciones de cosméticos y contra la entrada de mercancía procedente de mercados no legitimados, tiene un aliado más en el blockchain. La impresión de un código en el estuche que recoge información variable detallada y relevante (fecha de lote, fecha de comercialización, número de unidades comercializadas en el mercado, etc.), ofrece una posibilidad de control sobre el lugar de procedencia y en el que se está comercializando el producto. En resumen, la integridad del cosmético queda avalada.

En definitiva, la posibilidad de integrar información en un código variable impreso sobre un producto cosmético o de autocuidado, tanto en sentido descendente como ascendente, cambia toda la perspectiva de las marcas en su manera de alcanzar la mente del consumidor. En un futuro no muy lejano, la tecnología blockchain nos permitirá averiguar de qué granja procede el activo botánico con el que se ha fabricado una crema, lo que abre un mundo de conocimiento y un enfoque de comunicación totalmente diferente. La industria cosmética y de cuidado personal se enfrenta probablemente a una nueva era de la información ◀◀