



PERSONALIZACIÓN: EL MAQUILLAJE SE DA CITA CON LA DIVERSIDAD

Las mujeres de distintas etnias conforman un público objetivo que crecerá de forma exponencial. No obstante, queda mucho por hacer para que sus necesidades en lo que a tonos de maquillaje se refiere se vean satisfechas. A medida que las marcas cosméticas buscan formas de ofrecer los numerosos tonos de piel de este grupo, el packaging se alzará como factor clave a la hora de “abarcar las necesidades de aquellos menos atendidos”.



SONIA CERATO

**Responsable
de la Make-up
Category de
Quadpack**
[https://www.
quadpack.com/](https://www.quadpack.com/)

Un reciente informe realizado por el analista de mercado Mintel pone de manifiesto el auge de la multiculturalidad y afirma que esta tendencia demográfica hace que “muchos consumidores no puedan encontrar productos cosméticos

acordes a su tono de piel. Si bien es evidente que las marcas no pueden lanzar productos para todos los tonos posibles, el packaging puede ayudar a responder a esta nueva necesidad de consumo”.

Los millennial están aumentando esta presión. Las generaciones más jóvenes no se avergüenzan a la hora de expresar sus exigencias y lo que quieren es disponer de soluciones personalizadas. El packaging personalizable ya está empezando a despuntar: los distribuidores comienzan a ofrecer la opción de

conformar tu propia paleta de colores y en Internet están surgiendo servicios de personalización online.

UN SINFÍN DE MATICES

Las marcas más importantes están empezando a lanzar un mayor número de tonos, como Fenty Beauty, que ya comercializa 40. Para diferenciarse en las tiendas, el packaging debe permitir a los consumidores identificar fácilmente el color que desean. Esto requiere la incorporación de ventanas de visión o de packaging

transparente. Para ello, el cristal es ideal. No solo es perfectamente compatible con cualquier fórmula, sino que es absolutamente nítido, lo que permite visualizar de forma cristalina el producto. Las gamas YouWood y Liquid Foundation de la línea Q-Line de Quadpack están especialmente diseñadas con frascos de cristal para que las marcas puedan responder a las necesidades de este mercado en pleno desarrollo.

También es posible facilitar la identificación mediante algún tipo de codificación por colores. En la línea de envasado, pueden añadirse discos o cuellos de colores en el último momento. El Slim Panstick de Quadpack, con un anillo extraíble, o el Jumbo Stick, con discos intercambiables, constituyen soluciones efectivas para la codificación por colores. De este modo, las marcas pueden adaptar su distribución al mercado de conformidad con las cifras de ventas de la semana anterior y responder así con celeridad a la demanda.

MÉZCLALO TÚ MISMA

Con el ingente número de posibles tonos de piel, algunas firmas cosméticas prefieren ofrecer soluciones que conlleven algún tipo de combinación por parte del consumidor. NYX, The Body Shop, Autograph y MUA son solo algunas de las marcas que han lanzado fluidos para ajustar el tono que, con unas gotas, permiten oscurecer, aclarar o alterar el color de la base de maquillaje.

Para este tipo de producto, la funcionalidad es clave. El envase debe dispensar cómodamente la dosis precisa para añadir el producto y mezclarlo. Con pulsador o cuentagotas, frascos o tubos comprimibles con aplicadores de precisión... todas estas opciones constituyen soluciones adecuadas.



ELIGE TU COMBINACIÓN

De hecho, cualquier tipo de envase dual, triple o múltiple ofrece a los consumidores un cierto grado de personalización. Cuando es necesario incorporar un mayor número de tonos, las paletas son la respuesta. Actualmente, las paletas personalizables han llegado con fuerza en el ámbito del maquillaje para los labios, el rostro o los ojos. Las bandejas deben ser fáciles de intercambiar, mientras que la carcasa de la paleta debe ser lo suficientemente sólida como para resistir un uso a largo plazo y, por supuesto, sin comprometer la estética!

Este tipo de solución para estructurar uno mismo empieza a ir más allá de las paletas para pasar a abarcar lápices modulares y frascos apilables. The Stack de Trinny London es el ejemplo perfecto de una solución portátil para una gama de tonos personalizable. Es práctico, conveniente, divertido y adaptable a tus propios gustos y hábitos: una solución



que recibió un reconocimiento durante la gala de los Pure Beauty Awards en mayo.

OBJETIVO: DIVERSIDAD EN EL PACKAGING

En cualquier solución a la que una marca recurra para ofrecer una mayor diversidad de tonos, el packaging deberá contar con ciertas características. El término "smart packaging" aplica a esta tendencia más que nunca, y no solo para el consumidor. Las soluciones modulares conllevan la posibilidad de tener existencias de componentes básicos para incorporarlas a la decoración justo a tiempo. El almacenamiento inteligente propicia la rápida distribución en el mercado que requieren las marcas de maquillaje y se convertirá en un área de gran crecimiento, junto con la personalización bajo demanda.

Las soluciones modulares pueden adaptarse a diferentes fórmulas, imágenes corporativas y posicionamientos. Esta capacidad de adaptación es crucial en un universo cosmético que avanza a pasos agigantados. Asimismo, requiere la colaboración de los diferentes participantes de la cadena de suministro, desde los creadores de fórmulas hasta las firmas de packaging y envasado. Los millennial tienen mucho que enseñar al mundo sobre el trabajo en equipo en aras de un objetivo común. Y la diversidad en el maquillaje es un objetivo digno de aunar a todo el sector de la belleza ◀◀