

5

**Tendencias que
predominarán el
packaging de
cosméticos en el
2022**

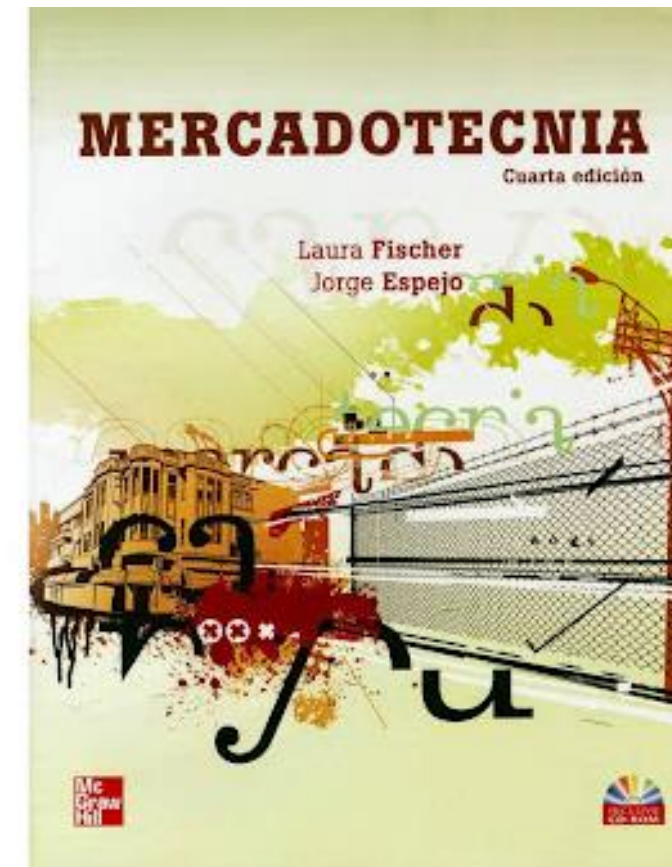
Alfredo Peña González

- Farmacéutico.
- Especialista en Gerencia Estratégica de Negocios para la industria Farmoquímica, Alimentos y Cosméticos.
- Profesor de mercadeo y miembro de la comisión académica del postgrado de mercadeo, Farmacia - U.C.V.
- **Facilitador y Consultor en Ventas farmacéuticas y cosméticos.**
- Creador del programa de ventas **“El que HACE, Vende”**.
- Ayudo a colegas al desarrollo de su **marca personal**
- Motivador de equipos de alto desempeño.
- Director de **Management Consulting Team**
- Más de 14 años de experiencia en cargos comerciales y gerenciales.



El empaque

Cualquier material que se emplea con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor





El empaque es el encargado de **contener, proteger y/o preservar** el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final

Tipos de envases

Primario



Empaque
funcional



Empaque
estratégico





Es una herramienta de promoción y marketing

THE VISIONARY PACKAGE

Using packaging to build effective brands



Herbert Meyers and Richard Gerstman

Interbrand



El empaque es
el producto

Impacto del empaque en el comportamiento del shopper

"El empaque, especialmente el color del empaque, desempeñaba un papel importante en la forma en que los participantes percibían los productos"

Estudio de la influencia del diseño del empaque en las percepciones del consumidor (de productos lácteos) mediante categorización y mapeo perceptivo. Packaging Technology and Science. 2013



[Psicología frontal](#), 2015; 6: 882.

Publicado en línea el 2 de julio de 2015. doi: [10.3389/fpsyg.2015.00882](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00882)

PMCID: PMC4488606

PMID: [26191012](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26191012/)

Las señales del empaque de alimentos influyen en la percepción del sabor y aumentan la provisión de esfuerzo para un producto de refrigerio recomendado en niños

[Laura Enax](#), ^{1,2,3} [Bernd Weber](#), ^{1,2,3,*} [Maren Ahlers](#), ⁴ [Ulrike Kaiser](#), ⁴ [Katharina Diethelm](#), ⁴ [Dominik Holtkamp](#), ^{1,2} [Ulya Faupel](#), ⁵ [Hartmut H. Holzmüller](#), ⁵ y [Mathilde Kersting](#).⁴

► ► Información del autor Notas del artículo ► Información sobre ► derechos de autor y licencia [Descarga de responsabilidad](#)

Packaging Technology and Science

An International Journal

Documento presentado en la Conferencia Mundial IAPRI 2012

Estudio de la influencia del diseño del empaque en las percepciones del consumidor (de productos lácteos) mediante categorización y mapeo perceptivo

MM Gelici-Zeko ✉, D. Lutters, R. ten Klooster, PLG Weijzen

Publicado por primera vez: 20 junio 2012 | <https://doi.org/10.1002/pts.1977> | Citas: 35



Artículo de investigación

Correlatos neuronales de las tendencias de compra impulsiva durante la percepción del empaque del producto

marco hubert ✉ y Mirja Hubert, Arnd Florack, Marc Linzmajer, Pedro Kenning

Publicado por primera vez: 06 septiembre 2013 | <https://doi.org/10.1002/mar.20651> | Citas: 30

El empaque debe contener:

Nombre o
razón social



¿Cuándo es pertinente rediseñar un empaque?



Decrecimiento de las ventas

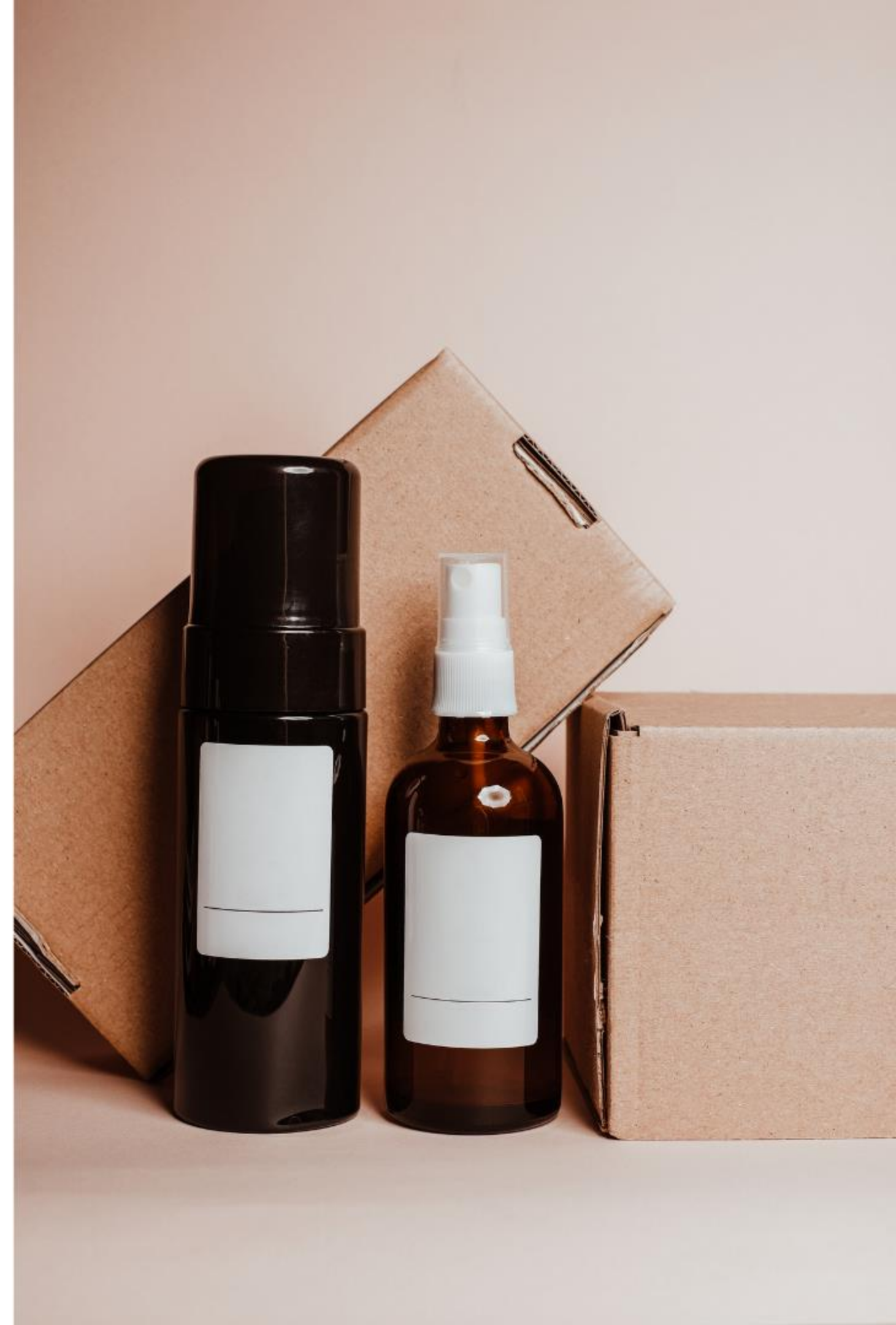
Para crear
experiencias

HAZLO SIMPLE

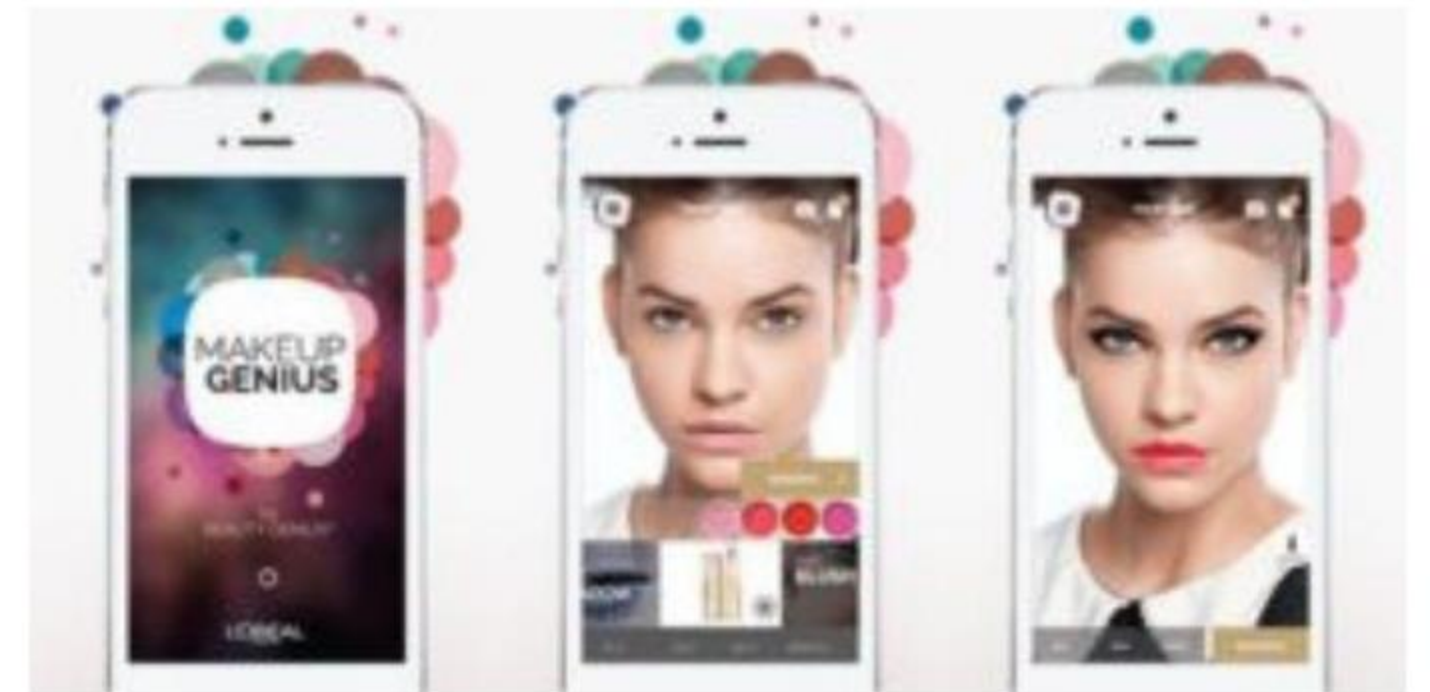
No fácil



5 Tendencias para el packaging de cosméticos para el 2022



1.- Personalización e impacto social



- Ej. Fenty Beauty de Rihanna o La aplicación para móviles Makeup Genius7 desarrollada por L'Oréal, que permite al usuario simular su maquillaje y jugar con los productos , antes de comprarlos, para conseguir el look deseado.

Tu piel, tu tratamiento, tu producto

2.- Packaging sensorial



- Añade materiales en los tapones.
- Usa etiquetas perfumadas.
- Emplea técnicas de impresión innovadoras

Una experiencia innovadora y única se queda en su recuerdo.

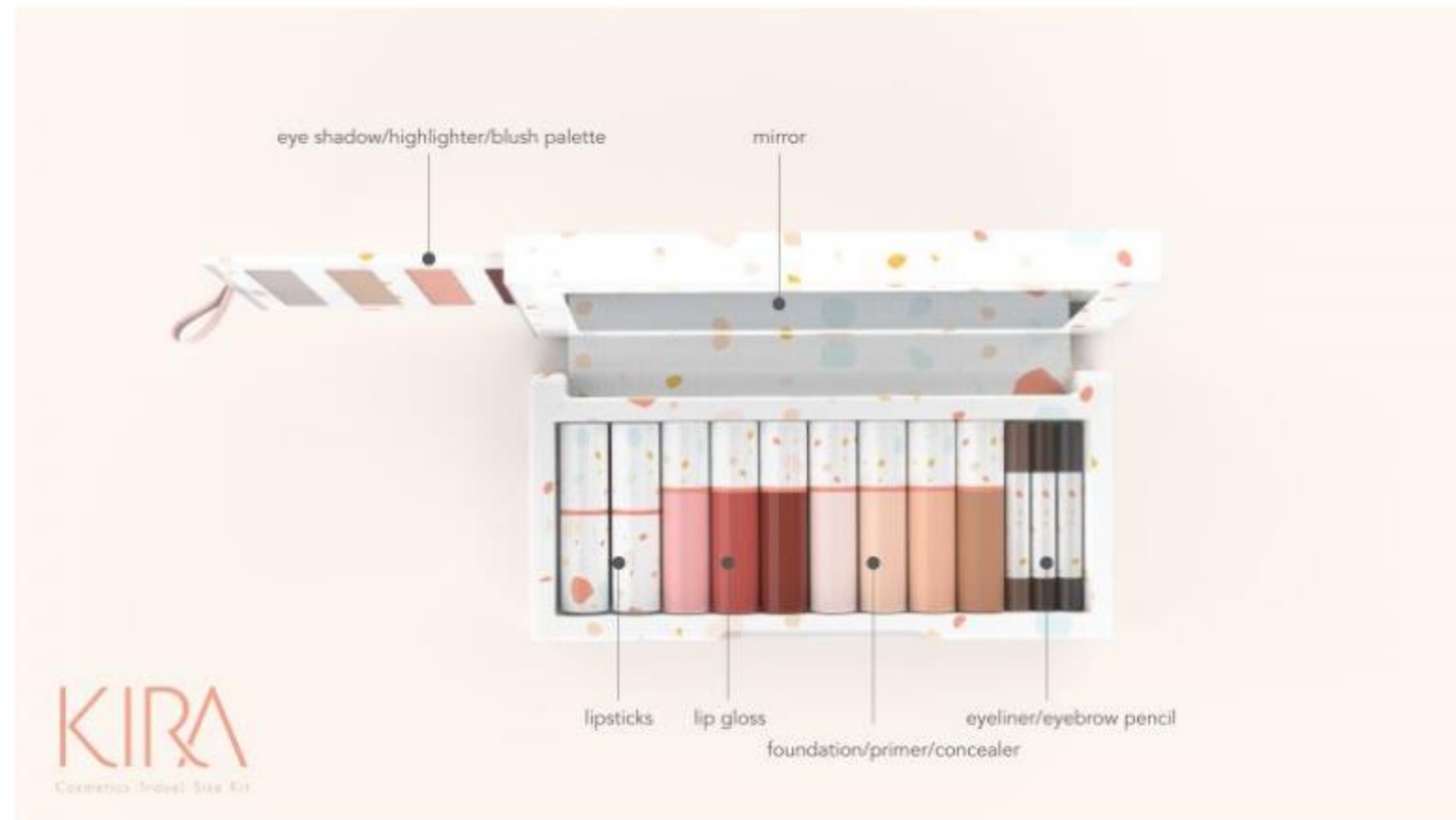
3.- Packaging eco-friendly



Según el estudio “Percepciones de los Envases y Embalajes de Cartón en el Consumidor Europeo”, el 52% lo reconoce como el material más sostenible.

Los consumidores son más conscientes, las marcas deben serlo

4.- Envases prácticos y formatos "to go"



Tiene que ser de fácil aplicación y todos sus envases están diseñados para la aplicación del producto sea cómoda, sencilla y muy precisa

Los consumidores valoran la inmediatez y la capacidad de solventar problemas. **Fluye en su día a día**

- 5.- Packaging diseñado para el público millennial



Remarca la individualidad de cada consumidor, hazle sentir que son únicos.

Emplea diseños muy llamativos y enérgicos

¡La combinación perfecta para que este packaging sea recordado y repetido por sus usuarios!

Empodera e inspira a tu público

**Nunca subestime
el poder del
empaque.**

**Conoce a tu
target**



Información de contacto

 (+58-412) 725 29 77 / 728 74 65

 alfredoj07@gmail.com

 @alfredo07

 Alfredo Peña González

 <https://www.consultoresmct.com.ve/>



Empresas benefactoras FEDEQUIM

Trabajando con amor por lo hecho en Venezuela



www.fedequim.org.ve
Ig. @fedequimve