

Ask NAOS: el valor de la transparencia en la formulación cosmética

En un contexto marcado por la sobreinformación y la proliferación de mensajes simplificados sobre ingredientes cosméticos, explicar qué contiene una fórmula y por qué cumple una determinada función se ha convertido en un reto para las marcas. La digitalización abre nuevas vías para acercar este conocimiento al consumidor y favorecer una elección más informada. *Ask NAOS* constituye un caso de éxito en este ámbito: una plataforma desarrollada por NAOS para trasladar su conocimiento sobre formulación y biología cutánea a un entorno accesible, didáctico y orientado a la transparencia.

NAOS

En el escenario actual de la dermocosmética, la industria se enfrenta a una paradoja compleja: nunca antes el consumidor había tenido tanto acceso a la información y, al mismo tiempo, nunca había sido tan susceptible a la desinformación. El auge de la *clean beauty*, el fenómeno de la quimiofobia y la proliferación de análisis simplistas en redes sociales han creado un usuario escéptico y exigente. En este nuevo contexto, la

tecnología aplicada a la belleza (*Beauty Tech*) ya no es un mero accesorio de personalización; se ha convertido en el puente indispensable para reconstruir la confianza a través de la evidencia científica y la transparencia corporativa.

NAOS, grupo especializado en el cuidado de la piel y responsable de marcas como Bioderma, Institut Esthederm y Etat Pur, ha trasladado este enfoque al entorno digital a través de *Ask NAOS*. El grupo, guiado por el enfoque ecobiológico de su fundador Jean-Noël Thorel (que entiende la piel como un ecosistema vivo que interactúa con su entorno), ha trasladado esta filosofía de los laboratorios de I+D de Aix-en-Provence al entorno interactivo. El resultado es una plataforma digital capaz de transformar la complejidad de las fórmulas en un valor diferencial accesible para el usuario.

1. EL CAMBIO DE PARADIGMA: DEL *MARKETING* DE PROMESAS AL RIGOR DE LA EVIDENCIA

Durante décadas, la comunicación cosmética se estructuró sobre promesas aspiracionales y *claims* comerciales de laboratorio de carácter unidireccional. Sin embargo, el ecosistema digital ha impulsado la aparición del "consumidor activo": un perfil de usuario que no sólo busca un beneficio cosmético inmediato, sino que exige saber qué se está aplicando, el porqué de cada ingrediente y el aval científico detrás de cada beneficio.

La transición hacia este nuevo modelo de consumo se define por los siguientes factores de cambio:

- **Criterio de elección:** Se ha pasado de valorar principalmente la promesa publicitaria, el diseño del envase y la imagen de marca, a exigir una evidencia clínica contrastada y una transparencia absoluta en la formulación.



- **Relación con la fórmula:** El foco ya no se limita al ingrediente activo "estrella" de la campaña de *marketing*; ahora se realiza un análisis integral del listado INCI, incluyendo excipientes y conservantes.
- **Rol del usuario:** El consumidor ha dejado de ser un receptor pasivo de los mensajes de las marcas para convertirse en un evaluador crítico que contrasta la información en plataformas digitales y científicas.

Este cambio de comportamiento implica que las compañías ya no solo deben formular bajo los estándares más estrictos de seguridad; su verdadero reto actual reside en saber comunicar dicha seguridad sin ambigüedades, de forma honesta y didáctica.

2. EL RETO DE LA DIVULGACIÓN: TRADUCIR LA COMPLEJIDAD CIENTÍFICA

Para los departamentos de regulación y comunicación de las marcas, la transparencia absoluta plantea un obstáculo lingüístico. La nomenclatura INCI (*International Nomenclature of Cosmetic Ingredients*) es un lenguaje eminentemente técnico, frío y, a menudo, intimidante para el consumidor medio. Términos científicos necesarios y seguros como el *"Methylpropanediol"* o los *"Fructooligosaccharides"* pueden suscitar recelo de forma injustificada si el usuario carece de una herramienta que traduzca su utilidad real.

A esto se suma la popularidad de aplicaciones de escaneo que evalúan ingredientes mediante sistemas de clasificación simplificados Estas herramientas suelen ignorar variables críticas de la formulación cosmética, como la dosis exacta de uso, la pureza de la materia prima, la sinergia de la fórmula o los exhaustivos ensayos toxicológicos que respaldan cada producto en el mercado.

El reto consistía en trasladar el conocimiento científico desarrollado en los equipos de NAOS a un lenguaje comprensible para el consumidor, sin perder el contexto técnico de la información.

3. PRINCIPIOS ESENCIALES PARA UNA PLATAFORMA DE DIVULGACIÓN MODERNA

Para que una herramienta de transparencia resulte verdaderamente útil y logre el respaldo del público, su diseño y contenido deben apoyarse en cuatro pilares fundamentales:

- **Rigor científico incuestionable:** El contenido



debe estar respaldado por datos de toxicología y biología celular, alejándose del discurso puramente promocional.

- **Capacidad pedagógica:** Debe actuar como un diccionario accesible que explique el origen de cada ingrediente (vegetal, sintético o biotecnológico), su función y su nivel de seguridad.
- **Visión integradora:** La información no debe mostrarse de manera aislada; es fundamental contextualizar cómo actúa cada componente en sinergia con el ecosistema de la piel.
- **Honestidad sin reservas:** Es clave visibilizar también aquellos ingredientes sujetos a debate social (como conservantes o filtros solares), justificando técnicamente su necesidad para la estabilidad y seguridad de la fórmula.

4. APRENDIZAJES CLAVE: EL IMPACTO REPUTACIONAL DE LA HONESTIDAD DIGITAL

La experiencia desarrollada con *Ask NAOS* permite identificar algunas claves sobre el papel de la transparencia digital en la comunicación cosmética:

- **La transparencia neutraliza el escepticismo:** Cuando una marca explica con argumentos de base científica por qué incorpora un conservante específico en lugar de sustituirlo por alternativas menos seguras por mero oportunismo de mercado (*greenwashing*), el consumidor valora positivamente la honestidad y se fideliza.
- **Soporte de valor para el prescriptor:** Los profesionales de la salud cutánea (dermatólogos, farmacéuticos y médicos estéticos) disponen en *Ask NAOS* de un aliado didáctico en consulta para explicar a sus pacientes la composición de los tratamientos prescritos.
- **Estímulo para la mejora constante:** Exponer públicamente las entrañas de cada fórmula incentiva de una forma natural a los laboratorios de NAOS a mantener el estándar de exigencia más elevado.

El éxito de la plataforma *Ask NAOS* pone de manifiesto que el futuro de la cosmética de precisión no radica en la creación de falsas necesidades o *claims* publicitarios deslumbrantes, sino en el respeto profundo a la biología celular y en la honestidad científica. Al digitalizar la ciencia de laboratorio y ponerla al servicio de la toma de decisiones informada, El caso de *Ask NAOS* muestra cómo la digitalización puede contribuir a trasladar el conocimiento científico de la formulación cosmética a un lenguaje más accesible. En un contexto marcado por la sobreinformación, este tipo de herramientas sitúa la evidencia, la contextualización y la transparencia en el centro de la relación entre marcas y consumidores

REMASTERED

FRAGMENTS

LIPOTRUE

science & biotechnologies



Biomimetic fragments of human
proteins produced in plants through vertical farming



COLLAB™

CUSHIONY RADIANT BABY-LIKE SKIN

www.lipotrue.com | info@lipotrue.com

