Packaging de belleza o **la belleza del** *packaging*

La transformación del sector de la perfumería está redefiniendo también la manera de concebir sus envases. Frente al desarrollo tradicional de soluciones completamente a medida, la combinación de componentes estándar con distintos niveles de personalización se consolida como una alternativa capaz de responder a las exigencias de diseño, sostenibilidad, eficiencia y rapidez de lanzamiento al mercado.



Por *Sébastien Saussereau*, CEO de Coverpla



En perfumería, el envase desempeña un papel que va mucho más allá de la protección del producto. El frasco y el tapón constituyen el primer punto de contacto con el consumidor y son elementos esenciales para transmitir la identidad de la marca, generar deseo y diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo. Sin embargo, ese componente estético convive hoy con nuevas exigencias en materia de sostenibilidad, costes, regulación y funcionalidad, obligando a encontrar un equilibrio entre creatividad, viabilidad industrial y ecodiseño.

El *packaging* de productos de perfumería está sujeto a múltiples condicionantes (requisitos económicos, ambientales y regulatorios), incluso antes de que entren en juego las tendencias o las expectativas del consumidor. La elección de un envase contribuye a definir la identidad de una marca y condiciona la experiencia de uso del consumidor. En este contexto, las marcas disponen de una oferta extraordinariamente amplia en la que conviven envases estándar y desarrollos específicos, combinados para crear la solución más adecuada para cada proyecto.

¿ES "ESTÁNDAR" UNA MALA PALABRA?

Conviene recordar que los envases considerados estándar se diseñan y producen para responder a las necesidades de un amplio abanico de clientes. Su planteamiento parte de formas sencillas y versátiles, capaces de adaptarse a diferentes posicionamientos de marca.

Optar por un envase estándar permite reducir la inversión en moldes y costes de desarrollo, acortar los plazos de lanzamiento y minimizar los riesgos asociados al aprovisionamiento y al control de calidad, sin renunciar a elevados estándares de fabricación. Basta observar los lanzamientos de fragancias más recientes para comprobar que algunos de los conceptos creativos más llamativos se construyen precisamente a partir de frascos y tapones estándar.

Un ejemplo de este enfoque es el desarrollado por empresas especializadas en soluciones de *packaging* para perfumería, que han basado parte de su oferta en sistemas *mix & match*, combinando componentes estándar con distintos niveles de personalización.

El concepto es sencillo. Una marca, ya sea de reciente creación o consolidada, desarrolla una nueva fragancia o incluso una colección completa. Con el apoyo de su proveedor de *packaging*, la marca puede seleccionar el diseño del frasco, el tipo de vidrio, los criterios de sostenibilidad y combinarlo con diferentes tapones, bombas y acabados, así como concretar sus dimensiones, volúmenes y materiales —como Surlyn, PP, zamak o madera—, adaptando cada componente a su posicionamiento.

En el caso de Coverpla, todos los componentes comercializados proceden de proveedores europeos, lo que garantiza elevados niveles de calidad y una cadena de suministro fiable. Además, muchos de ellos están disponibles en *stock* o pueden suministrarse en plazos reducidos, incluso para producciones de pequeño volumen. El concepto *ready-to-go* resume perfectamente la filosofía de estos envases estándar.

EL VALOR AÑADIDO DE LA PERSONALIZACIÓN

Una vez definida la combinación de componentes, la diferenciación llega a través de la decoración y los acabados: serigrafía, estampación en caliente (*hot stamping*), lacados, efectos de materiales o coloraciones específicas, entre otros.

Estos procesos de decoración pueden realizarse internamente o mediante colaboradores especializados europeos, garantizando la compatibilidad entre materiales y acabados y el control de las fases de producción.

La personalización aporta identidad propia a un envase estándar.

Entre las técnicas más demandadas destaca la serigrafía, que la compañía adapta a diferentes necesidades. Una de sus aplicaciones consiste en reproducir el efecto visual de una etiqueta impresa directamente sobre el envase, eliminando así la necesidad de fabricar y adherir una etiqueta de papel.

Los lacados, tanto interiores como exteriores, constituyen otra solución muy utilizada, siempre que el frasco conserve un cierto grado de transparencia que facilite su identificación por los sistemas automáticos durante el proceso de reciclaje. La tampografía resulta especialmente adecuada para decorar superficies de geometría compleja, mientras que el grabado sobre frascos o tapones puede realizarse mediante láser o integrarse directamente durante el proceso de moldeo.

Muchos fabricantes ofrecen tapones en colores estándar que también pueden teñirse en masa para adaptarse a la identidad cromática de cada marca. En este sentido, la decoración se convierte en una auténtica herramienta de diferenciación.

En cuanto a los materiales, el Surlyn continúa siendo uno de los preferidos por las marcas gracias a su elevada transparencia, muy similar a la del vidrio, así como por su facilidad para incorporar color y diferentes efectos estéticos. Algunos fabricantes producen internamente componentes como los tapones de Surlyn, lo que facilita un mayor control sobre la calidad y la personalización.

Otro material cada vez más valorado es el zamak, una aleación de zinc, aluminio, magnesio y cobre que aporta peso y un característico tacto frío, dos atributos tradicionalmente asociados al universo del lujo. Además, su reducida huella de carbono y su reciclabilidad prácticamente ilimitada lo convierten en una alternativa que combina prestaciones *premium* y sostenibilidad.

Las resinas permiten una gran libertad cromática, mientras que la madera transmite una imagen ligada a la naturaleza y a la autenticidad de un material vivo y renovable.

LA ELECCIÓN DE LAS MARCAS

Los fabricantes especializados en *packaging* colaboran tanto con grandes grupos internacionales como con marcas nicho de perfumería y cosmética. Estas últimas suelen buscar envases con una fuerte identidad visual sin renunciar a criterios de ecodiseño, recurriendo con frecuencia a soluciones estándar altamente personalizables que permiten optimizar tiempos de desarrollo y recursos.

Se trata, en muchos casos, de empresas jóvenes que mantienen un fuerte compromiso con toda la

‘EL PAPEL DE LOS FABRICANTES DE *PACKAGING* EVOLUCIONA MÁS ALLÁ DEL SUMINISTRO DE COMPONENTES’

cadena de valor, desde la selección de ingredientes naturales hasta la construcción de una identidad visual diferenciada a través del *packaging*.

Estas marcas aprovechan las ventajas que ofrece un catálogo de envases estándar —posteriormente personalizados—, pero sin renunciar a los principios del ecodiseño. De este modo, logran equilibrar la estética premium con la sostenibilidad, recurriendo, por ejemplo, a frascos de vidrio ligero o diseñados específicamente para favorecer su reutilización mediante sistemas de recarga.

Según explica Sébastien Saussereau, CEO de Coverpla: “Estamos viendo surgir este tipo de proyectos en todo el mundo. A medida que estas marcas crecen, buscan diferenciarse mediante desarrollos a medida. En ese proceso seguimos acompañándolas con nuevas soluciones de *packaging*.”



EL EQUILIBRIO ENTRE FUNCIONALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y ATRACTIVO

La función principal del *packaging* es proteger, conservar, transportar y almacenar el producto, además de proporcionar información sobre su contenido. Al mismo tiempo, debe responder a criterios de diseño y ergonomía que favorezcan una experiencia de uso satisfactoria y transmitan confianza al consumidor.

Sin embargo, el envase también constituye un objeto de deseo. En el caso de la perfumería, un frasco icónico trasciende su función práctica para convertirse en un elemento emocional y un potente signo de identidad para la marca.

Esta búsqueda de diferenciación no resulta incompatible con los principios del ecodiseño. La creciente concienciación ambiental y la evolución del marco regulatorio han convertido la huella de carbono en un elemento estratégico dentro del desarrollo de nuevos productos.

Surge así un debate cada vez más presente en el sector: ¿es posible conciliar lujo y sostenibilidad? ¿Pueden convivir la deseabilidad y el ecodiseño? Estas cuestiones protagonizan actualmente numerosos foros profesionales, conferencias y debates internacionales.

En este contexto, Coverpla apuesta por ofrecer soluciones que combinen atractivo estético y sostenibilidad, mediante una oferta de productos cuyo impacto ambiental se comunica de forma transparente y verificable. A ello se suma una propuesta *mix & match* en constante evolución y un amplio abanico de posibilidades de personalización, tanto de los componentes como de sus acabados.

“Analizamos la huella de carbono de cada proyecto, desglosada por materiales, componentes e incluso procesos de decoración”, explica Sébastien Saussereau. “Este enfoque cuantitativo permite ayudar a las marcas en la toma de decisiones y encontrar el equilibrio entre los objetivos estéticos, los códigos del lujo y la reducción del impacto ambiental.”

En este contexto, el papel de los fabricantes de *packaging* evoluciona más allá del suministro de componentes. Cada vez adquiere mayor relevancia el asesoramiento técnico durante el desarrollo del envase, incorporando criterios como el análisis de la huella de carbono, la selección de materiales, la viabilidad industrial y las posibilidades de personalización. Un enfoque que permite a las marcas encontrar un equilibrio entre identidad, sostenibilidad y funcionalidad

HOSPITALTEC

REVISTA TÉCNICA DE INGENIERÍA HOSPITALARIA Y TECNOLOGÍA SANITARIA

Hospitaltec abordará los desafíos operativos y administrativos que enfrentan las instituciones de salud en su día a día. Desde la gestión eficiente de recursos hasta la logística, el mantenimiento de instalaciones y la construcción de infraestructuras hospitalarias adaptadas a las demandas actuales.

Se presentarán las últimas innovaciones en equipos, dispositivos y procedimientos sanitarios. Se abarcarán las soluciones más avanzadas destinadas a las áreas de prevención, diagnóstico, terapéutico y de rehabilitación, impulsando así la excelencia en la atención sanitaria.



HOSPITALTEC.ES