

La ingeniería invisible del *packaging* en perfumería

Cuando se habla de innovación en perfumería, la atención suele centrarse en la fragancia. Sin embargo, detrás de la experiencia de uso existe un complejo trabajo de ingeniería que condiciona desde la calidad percibida hasta la funcionalidad del producto. Materiales, sistemas de pulverización, procesos de fabricación y ensamblaje convierten el *packaging* en una pieza clave para garantizar que diseño, técnica y experiencia sensorial hablen el mismo lenguaje..



Por *María Sepúlveda*, Marketing en Rafesa

Detrás de un perfume existe mucho más que un frasco. Materiales, sistemas de pulverización, procesos industriales y la integración de cada componente determinan una parte esencial de la calidad y de la percepción del producto.

Cuando una persona sostiene un perfume entre sus manos, en muchos casos aún no conoce su fragancia. Sin embargo, en apenas unos segundos ya ha construido una primera impresión sobre el producto.

Antes incluso de accionar el *spray*, el envase ya ha empezado a

comunicar. El peso del frasco, la transparencia del vidrio, el ajuste del tapón o la calidad de los acabados transmiten sensaciones que el usuario interpreta de manera casi inmediata. Aunque rara vez sea consciente de ello, esa primera interacción condiciona la percepción del producto mucho antes de que entren en juego las notas olfativas.

Por eso, en perfumería, el *packaging* desempeña un papel que va mucho más allá de proteger la formulación o identificar una marca. Es el primer punto de contacto entre el producto y quien lo utiliza, y también el primer responsable de generar confianza, coherencia y sensación de calidad.

Lo curioso es que esa percepción no nace únicamente del diseño. Detrás de un envase que transmite precisión existe un trabajo técnico mucho más complejo de lo que suele imaginarse. La elección de los materiales, la fabricación del vidrio, el sistema de pulverización, la decoración, el ensamblaje y los controles de calidad deben responder como un único conjunto para que la experiencia resulte exactamente la esperada.

Y ahí está, precisamente, la paradoja del *packaging*. Cuanto mejor está desarrollado un envase, menos consciente es el usuario del trabajo que hay detrás. El usuario no piensa en tolerancias, en procesos de ensamblaje o en la precisión del *spray*. Simplemente siente que todo funciona como debe.

Y esa es, probablemente, una de las mayores dificultades del *packaging* para perfumería: transformar una enorme complejidad técnica en una experiencia que parece sencilla.

¿POR QUÉ DOS FRASCOS APARENTEMENTE IGUALES NO TRANSMITEN LA MISMA CALIDAD?

Esa percepción comienza mucho antes de la primera pulverización. El propio frasco ya comunica una determinada idea de calidad, aunque resulte difícil explicar exactamente por qué.

A primera vista, dos frascos pueden parecer prácticamente idénticos. Ambos contienen el mismo volumen de perfume, presentan un diseño similar e incluso comparten un acabado comparable. Sin embargo, basta sostenerlos unos segundos para percibir que no transmiten la misma sensación.

La diferencia rara vez depende de un único detalle. Es el resultado de numerosas decisiones de diseño, selección de materiales y procesos de fabricación que, combinadas entre sí, construyen una percepción global del producto.

El vidrio es el principal elemento estructural del envase y uno de los que más influye en esa percepción. Su transparencia, el espesor de las paredes, la definición de las aristas o la uniformidad de la superficie condicionan tanto la apariencia del frasco como las sensaciones que transmite al sostenerlo.

Una ligera diferencia en el espesor del vidrio o una arista ligeramente menos definida difícilmente será identificada de forma consciente por el usuario. Sin embargo, la suma de estos pequeños detalles modifica la percepción del conjunto y transmite una mayor o menor sensación de precisión.

Pero un frasco no solo debe resultar atractivo. También debe fabricarse de forma repetitiva, admitir los procesos de decoración previstos y permitir que el resto de componentes se integren correctamente. La geometría del cuello, por ejemplo, requiere tolerancias muy exigentes, ya que una pequeña desviación puede afectar al ajuste del *spray* y comprometer su funcionamiento.

Algo parecido sucede con la decoración. Una serigrafía, un lacado o un *hot stamping* no son únicamente recursos estéticos. Deben mantener su aspecto durante toda la vida útil del producto, resistiendo el uso cotidiano, el roce y el contacto con formulaciones alcohólicas sin perder definición ni alterar la imagen de la marca.

Al final, la calidad de un frasco no depende únicamente de cómo se ve. Depende de la precisión con la que ha sido concebido y fabricado para integrarse con el resto de componentes del envase.

Y es precisamente cuando esa integración entra en juego cuando aparece uno de los elementos más determinantes de toda la experiencia: el sistema de pulverización.

EL SEGUNDO MÁS IMPORTANTE DE UN PERFUME

Si el frasco construye las primeras expectativas, el *spray* tiene la responsabilidad de confirmarlas. Basta una sola pulverización para reforzar la percepción de calidad que el envase ha generado... o para ponerla en duda.

Todos hemos probado alguna vez un perfume que deja gotas visibles sobre la piel o, por el contrario, genera una pulverización demasiado dispersa. Aunque pueda parecer un detalle menor, ese primer gesto influye de forma inmediata en la experiencia de uso. No porque el usuario analice el funcionamiento del *spray* desde un punto de vista técnico, sino porque espera que responda con precisión.

La misión de un *spray* va mucho más allá de liberar el perfume. Su función es atomizar la formulación y distribuirla de la forma más uniforme posible para conseguir una aplicación agradable, constante y repetible desde la primera utilización hasta la última.

Para lograrlo intervienen numerosos factores. El diseño del mecanismo interno, la precisión con la que se fabrican sus componentes, el caudal de salida o la calidad del

ensamblaje condicionan la forma en que el perfume se transforma en una fina nube de microgotas y se distribuye sobre la piel.

En la práctica, diferencias que pueden parecer mínimas durante la fabricación terminan siendo claramente perceptibles durante el uso. Una pulverización irregular puede concentrar demasiado producto en una zona concreta, dejar gotas visibles o modificar la sensación de aplicación. El usuario probablemente no sabrá cuál es el origen del problema, pero sí identificará que el producto no responde como esperaba.

Por eso, el desarrollo de un sistema de pulverización no consiste únicamente en comprobar que funciona correctamente una vez. Debe ofrecer el mismo comportamiento de forma repetida, mantener un dosage constante y garantizar una atomización uniforme entre miles o incluso millones de unidades producidas.

Es precisamente esa repetibilidad la que marca la diferencia entre un *spray* que simplemente cumple su función y otro que aporta valor al conjunto del envase.

Sin embargo, ni siquiera un excelente sistema de pulverización puede garantizar por sí solo un buen resultado. En *packaging* para perfumería, la calidad nunca depende de un único componente. Depende de la forma en que todos ellos trabajan conjuntamente.

CUANDO EL CONJUNTO MARCA LA DIFERENCIA

Llegados a este punto, resulta fácil analizar cada componente por separado: el diseño del frasco, el sistema de pulverización, el tapón, el collar o la decoración. Sin embargo, un envase de perfumería nunca se comporta como la suma de piezas independientes.

El verdadero reto comienza cuando todos esos elementos deben funcionar como un único sistema. Un frasco perfectamente fabricado puede perder parte de su valor si el spray no ofrece una pulverización uniforme. Del mismo modo, un sistema de pulverización de alto rendimiento difícilmente compensará un cuello de vidrio fuera de tolerancia o una decoración que no mantenga sus prestaciones durante el uso. En *packaging* para perfumería, los problemas rara vez aparecen en un único componente; lo habitual es que surjan en la interacción entre varios de ellos.

Por eso, el desarrollo de un envase exige una visión global del proyecto. Cada decisión técnica condiciona a las demás: el diseño influye en la fabricación, la fabricación en el ensamblaje y el conjunto determina la experiencia de uso y la calidad percibida del producto.

Esa forma de entender el *packaging* ha acompañado a múltiples empresas durante años. La experiencia acumulada ha confirmado que los proyectos más sólidos no son necesariamente los más complejos, sino aquellos en los que todos los componentes han sido concebidos para funcionar de forma coordinada desde el primer momento. Esa visión global es la que se aplica al colaborar con las marcas en la definición de la solución de *packaging* más adecuada para cada proyecto, seleccionando los componentes y acabados que mejor respondan a sus necesidades técnicas, estéticas e industriales.

Quien sostiene un perfume por primera vez solo ve un frasco. Detrás de ese gesto hay meses de desarrollo, decisiones técnicas y la coordinación de numerosos procesos industriales que rara vez llegan a percibirse.

Y probablemente ese sea el mayor éxito del *packaging* en perfumería: conseguir que toda esa complejidad desaparezca para que toda la atención recaiga sobre la fragancia.

Cuando eso ocurre, el usuario no piensa en el vidrio, el *spray* o el tapón. Simplemente percibe un producto que funciona exactamente como esperaba



Medical & Hospital forum

Foro de Tecnología Sanitaria, Gestión e Infraestructuras Hospitalarias



Innovación médica y transformación hospitalaria en un mismo espacio profesional. Medical & Hospital Forum celebra su segunda edición en Barcelona como punto de encuentro para el sector sanitario público y privado.

El evento conecta dos ámbitos clave para el presente y futuro de la sanidad: la tecnología médica aplicada al paciente y las soluciones necesarias para gestionar, diseñar, construir, reformar, mantener y optimizar centros sanitarios.

Una cita profesional dirigida a hospitales, clínicas, centros de salud, laboratorios clínicos, centros de diagnóstico, unidades ambulatorias, centros sociosanitarios, ingenierías, arquitectos, constructoras, empresas proveedoras y responsables de decisión.

Desde la IA, el diagnóstico, las terapias avanzadas, la farmacia hospitalaria y la investigación clínica, hasta la gestión hospitalaria, la salud digital, la arquitectura sanitaria, la construcción, el mantenimiento y las infraestructuras críticas, el foro ofrece una visión práctica de las soluciones que necesita el entorno sanitario actual.

INFORMACIÓN +34 916 308 591 / +34 672 050 625 comercial@medicalforum.es