



## Cosmética **personalizada**: oportunidades y límites

La belleza ya no se define por cánones universales, sino por la singularidad de cada piel. En una era donde los consumidores reclaman soluciones personalizadas en todos los ámbitos, la cosmética no se queda atrás. La combinación de tecnología, análisis científico y formulación a medida está dando forma a una nueva generación de productos que responden con precisión quirúrgica a las necesidades individuales. Desde el diagnóstico cutáneo hasta la mezcla final en el punto de venta, la personalización se consolida como un pilar del futuro en el cuidado de la piel.

Por *Christiane Uhl* y *Diana Khazaka-Ohmann*, DIRECTORA DE PROYECTOS Y JEFA DE EQUIPO DEL MERCADO NACIONAL, Y DIRECTORA GENERAL, RESPECTIVAMENTE, DE COURAGE + KHAZAKA

### **LA REVOLUCIÓN DE LA PERSONALIZACIÓN EN COSMÉTICA**

En una época en la que la individualidad y la expresión personal son primordiales, los consumidores quieren productos que se adapten lo

máximo posible a sus necesidades y que, al mismo tiempo, expresen su personalidad a quienes les rodean.

En este entorno de consumo en evolución, en el que los enfoques de talla única ya no son suficientes, la

personalización se ha abierto camino en todos los ámbitos de la vida. Desde los conocidos trajes a medida y la mezcla de pintura de paredes según sus especificaciones de color hasta la confección de interiores de coche,

pasando por el calzado deportivo personalizado e incluso la comida para perros adaptada a las necesidades individuales de su mascota, prácticamente no hay nada que no pueda fabricarse “especialmente para uno”.

### DE LO ARTESANAL A LO DIGITAL

Gracias a los nuevos procesos de fabricación y a las modernas tecnologías, en los últimos años esta tendencia se ha hecho más accesible para las masas. Los dispositivos inteligentes y las aplicaciones que controlan y registran los datos de salud personales relativos a la nutrición, las funciones corporales, el sueño, la presión arterial o el ejercicio físico entre otros, ofrecen grandes cantidades de datos disponibles para su evaluación por la inteligencia artificial y el aprendizaje automático<sup>1</sup>.

### TECNOLOGÍA PARA CONOCER LA PIEL EN PROFUNDIDAD

En el sector de la belleza, la tendencia a la individualización no es totalmente nueva. En el bazar de Damasco, por ejemplo, hace más de 100 años ya se mezclaban perfumes exclusivamente para señoras y se registraban en pequeñas fichas para que pudieran comprar “su fragancia personal” en cualquier momento. Esto no sólo pretendía ser un servicio especial, sino que naturalmente también significaba que las clientas seguían volviendo porque sólo allí podían comprar su perfume especial. Pensando más cerca de casa, los peluqueros llevan años mezclando colores para que coincidan exactamente con el del cabello natural.

Hoy en día, el progreso tecnológico ofrece muchas más posibilidades. La aplicación de la tecnología de inteligencia artificial, por ejemplo, está facilitando la prueba virtual de productos de belleza en los dispositivos inteligentes de los consumidores,



Los enfoques únicos ya no son suficientes para los consumidores, y esto también se aplica a los productos para el cuidado de la piel.

permitiéndoles experimentar con diferentes variaciones de maquillaje o color para visualizar el resultado potencial en su rostro antes de comprometerse a comprar. Un conocimiento más profundo de la biología de cada piel abre la puerta a la personalización del cuidado de la piel a niveles totalmente nuevos; algunas empresas ofrecen incluso análisis de ADN para comprender los factores genéticos que afectan a la piel de cada uno<sup>2,3</sup>. El sector de la belleza se encuentra en medio de esta tendencia masiva.

### MEDICIÓN PRECISA PARA UNA FORMULACIÓN EFICAZ

Los productos personalizados para el cuidado de la piel son mucho más que una forma de mejorar la experiencia de compra del cliente: ofrecen un beneficio real para él o ella. Los cosméticos personalizados dan lugar a productos con una proporción especialmente alta de ingredientes activos para las preocupaciones y necesidades individuales de la piel, en lugar de un producto único que contiene un amplio espectro de ingredientes activos para mejorar muchas características

diferentes de la piel en solo bajas concentraciones en el producto.

Un análisis exhaustivo de la piel es la base para evaluar detalladamente el estado de la misma y sus necesidades exactas. No tiene por qué llevar mucho tiempo ni ser complicado. Desde finales de los años ochenta se ofrecen en el mercado equipos específicos para medir el estado de la piel. Aunque los primeros dispositivos para analizar la piel se fabricaron para empresas cosméticas que querían medir la eficacia de sus desarrollos cosméticos, no tardaron en darse cuenta de los beneficios que la medición de, por ejemplo, la hidratación de la piel y el sebo ofrecen para el punto de venta como la farmacia, droguería o perfumería.

Los equipos de análisis cutáneo no sólo son importantes para evaluar el estado básico y las necesidades de la piel, sino que también pueden utilizarse para demostrar el efecto de los productos. La piel es un órgano vivo y se adapta rápidamente a influencias externas como la temperatura, la humedad y, por supuesto, también al uso de productos de limpieza y cuidado. Por lo tanto, las mediciones del

estado de la piel son una herramienta esencial para demostrar la eficacia de los principios activos y las fórmulas cosméticas y controlar los efectos de la nutrición, la medicación, los tratamientos, el ejercicio y muchos más. Éstos suelen realizarse en centros de investigación por contrato, pero también pueden indicar los efectos de los productos durante las distintas fases de su desarrollo en los departamentos de I+D de la industria cosmética o farmacéutica.

### EL LABORATORIO AL ALCANCE DEL CONSUMIDOR

Las mismas técnicas de medición que se utilizan en los laboratorios para demostrar los cambios en el estado de la piel pueden servir para analizarla en el punto de venta, ya que ofrecen información indispensable sobre su estado actual y sus necesidades de tratamiento, limpieza y cuidados dermocosméticos. Por otro lado, la piel tiene diferentes necesidades cosméticas en los distintos periodos de edad, por lo que la edad y el sexo de los clientes son datos básicos para una recomendación personalizada. Además, las mediciones cutáneas de la hidratación superficial y el nivel de sebo ofrecen información fundamental sobre la composición de la película hidrolipídica. El equilibrio



**Medir las necesidades de la piel** es la clave de la cosmética personalizada.

ideal sería un contenido considerable de agua y un nivel medio de sebo. Una producción excesiva de sebo mostrará poros dilatados y puede, incluso, causar acné. Por otro lado, el sebo es una parte importante de la película hidrolipídica para mantener la superficie de la piel suave y flexible y prevenir la aparición de líneas de sequedad y arrugas. Los productos adaptados a las necesidades individuales deben reponer los déficits de ambos componentes para alcanzar el estado ideal.

Asimismo, la medición de la elasticidad de la piel en distintas zonas del cuerpo puede mostrar el envejecimiento intrínseco y extrínseco de la piel y revelar la “edad biológica de la piel”, que puede ser muy inferior a la edad real del cliente. Esto ayuda

al asesor de belleza a recomendar productos antienvjecimiento.

La medición del color de la piel tiene en cuenta la distribución y el nivel de pigmentación de la piel o el enrojecimiento, que indicará la sensibilidad. El nivel de pigmentación es individual para cada persona y es un factor decisivo para la selección del FPS (Factor de Protección Solar) adecuado que es necesario para proteger la piel del sol. Su medición también puede indicar problemas relacionados con la pigmentación, como pigmentación irregular, hiperpigmentación o hipopigmentación en diferentes zonas de la piel.

Las mediciones del pH de la piel pueden utilizarse para asesorar al cliente sobre las rutinas de limpieza y recomendarle productos de limpieza adecuados.

La integridad de la barrera cutánea, nuestra última frontera con el medioambiente, se evalúa midiendo la llamada “pérdida de agua transepidérmica” (TEWL). Especialmente cuando la piel está dañada por la deshidratación debida al aire seco en invierno, el lavado frecuente, la limpieza y el cuidado no ajustados, problemas cutáneos como la dermatitis atópica, el contacto frecuente con sustancias peligrosas, por ejemplo, lubricantes u otros productos químicos agresivos utilizados en el lugar de trabajo o en el propio taller para actividades de bricolaje, un aumento de la TEWL mostrará daños en la piel incluso antes de que puedan ser percibidos por el ojo.

Las imágenes de alta resolución tomadas en la cara o en zonas específicas de la piel mostrarán características visibles de la piel, por ejemplo, poros gruesos, arrugas pronunciadas, diferencias en el color de la piel, manchas de pigmentación, vasos sanguíneos dilatados, sequedad y descamación visibles y muchas más.



## MÁS ALLÁ DE LOS NÚMEROS: PERCEPCIÓN, ESTILO DE VIDA Y HÁBITOS

La revelación objetiva de los déficits cutáneos y de los hechos básicos puede combinarse con las preocupaciones subjetivas de los propios clientes sobre el estado de su piel, sus expectativas respecto a las rutinas cosméticas y los requisitos para adaptar los cuidados dermocosméticos a su estilo de vida.

Un esteticista cualificado puede observar, por ejemplo, un mayor enrojecimiento de la piel, pero la principal preocupación del cliente puede ser la percepción de bolsas en los ojos o la pérdida de contorno en la zona de las mejillas. Estas preocupaciones objetivas deben abordarse de manera prioritaria.

Otra información importante para adaptar las rutinas de cuidado de la piel a las necesidades individuales tiene que ver con el estilo de vida, por ejemplo, los hábitos de ejercicio y alimentación, pasar más tiempo en interiores o al aire libre, las afecciones médicas y muchos otros factores.



**Cosméticos personalizados:** más que una tendencia, ya que la piel se beneficia de una alta concentración de ingredientes activos que responden a las preocupaciones y necesidades individuales.

La información individual recopilada debe conducir a la recomendación personalizada de productos que cumplan los requisitos y expectativas del cliente.

Una personalización suave recomendará los productos dermocosméticos disponibles que mejor se adapten a las necesidades personales. Sin embargo, la personalización puede ir mucho más allá. El resumen de los resultados de las mediciones, las preocupaciones individuales y los factores proporcionarán información básica

para mezclar diferentes activos en un producto básico específico. En este contexto, el contenido de humedad y sebo indicará la composición ideal del cuidado básico; otras mediciones y las principales preocupaciones cutáneas y factores individuales de los clientes determinarán la adición de sérums altamente concentrados que se añaden a la rutina o principios activos añadidos individualmente a las cremas y limpiadores básicos.

Esta mezcla individual de componentes en un producto básico con el objetivo de obtener efectos óptimos puede considerarse una personalización muy estricta.

## OPORTUNIDADES Y LÍMITES DEL PUNTO DE VENTA

La producción de productos personalizados que respondan a las necesidades individuales puede realizarse inmediatamente después del análisis de la piel en el punto de venta, por ejemplo en la farmacia, o bien, los resultados pueden transferirse vía *online* de manera que los productos personalizados se producen en un laboratorio y se realizan en pocos días, adaptándose a su uso durante un tiempo determinado, lo que ahorra el uso de conservantes adicionales y permite concentraciones más elevadas de los activos seleccionados.

Las mediciones de la piel con fines cosméticos suelen realizarse en laboratorios y en condiciones normalizadas. La normalización incluye procedimientos de limpieza que se llevan a cabo unas horas antes de la medición, temperatura y humedad ambiente estándar a la que se realizan las mediciones, tiempo de aclimatación suficiente para los sujetos antes de la medición y una aplicación definida de los productos que se van a probar.

Las mediciones en los puntos de venta no pueden cumplir todos estos



Factores que influyen en el producto final personalizado.

aspectos. Sus resultados se refieren únicamente al momento actual. Por la mañana, después de la limpieza, la piel puede estar seca y tirante y necesitará productos de cuidado con una textura rica, que le aporten hidratación y lípidos. Tal vez, por la tarde, el uso de tales productos ya no sea necesario, puesto que la piel ha repuesto su propia reserva de lípidos que fueron eliminados por la limpieza.

Además, a veces los productos no pueden mezclarse debido a sus diferentes estructuras químicas y requisitos. En tales casos, puede aconsejarse el uso de productos diferentes en distintos momentos del día.

Dado que la piel también es un tejido vivo reactivo que interactúa con el entorno, los cambios en las condiciones externas, como el transcurso de las estaciones, la visita a distintos lugares del planeta o el clima interior de las habitaciones, como la calefacción central o el aire acondicionado, influirán continuamente en su estado y en sus necesidades individuales. Con el tiempo, los productos deberán adaptarse a estas condiciones cambiantes.

### EL RETO DE LA PRIVACIDAD EN LA ERA DEL DATO

Aunque la belleza personalizada se basa en los datos de los clientes para ofrecer recomendaciones a medida, hay que tener en cuenta que cada vez preocupa más la privacidad de los datos. Los consumidores son cada vez más conscientes de cómo se utiliza su información personal en la industria de la belleza y esperan prácticas transparentes.

De modo que se plantea un escenario donde se compartan datos para lograr un fin individual para que permitan el desarrollo de productos “para mí”, porque los productos de belleza fabricados individualmente representan un avance significativo



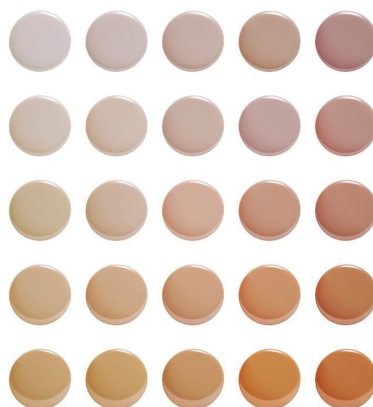
**Los productos** individuales hechos a medida delante del cliente transmiten la sensación definitiva de “para mí”.

para satisfacer las necesidades específicas de los diversos tipos de piel.

### PERSONALIZACIÓN COSMÉTICA: PRESENTE CON VISIÓN DE FUTURO

Este enfoque no sólo produce resultados superiores, sino que también contribuye a una piel más bella y sana.

Más allá de los beneficios inmediatos, la integración de fórmulas personalizadas fomenta la satisfacción del cliente, sentando las bases de relaciones duraderas marca-cliente. Además, la valiosa información obtenida a partir de los datos recopilados en el proceso sirve de brújula para la mejora continua,



guiando a la industria hacia el perfeccionamiento y la adaptación de las fórmulas.

A medida que los investigadores de la industria de la belleza continúan explorando y aplicando soluciones individualizadas, allanan el camino hacia un futuro en el que los regímenes de cuidado y belleza de la piel se adapten perfectamente a las necesidades únicas de cada piel y se cumpla con el compromiso de la industria de la belleza de celebrar la diversidad y la individualidad de cada consumidor 🌿

#### Referencias y notas:

1. <https://haut.ai/>
2. <https://www.mw-aesthetics.co.uk/skin-hair-health-dna-tests/>
3. Liu X, Chen C-H, Karvela M, Toumazou C: *A DNA-Based Intelligent Expert System for Personalised Skin-Health Recommendations*. IEEE Journal of Biomedical and Health Informatics, Volume: 24, Issue: 11, November 2020 <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32149660/>
4. *Individual skin care products. On site. Right away. Exclusive - Cosmomed Medical Beauty Individual Skin Technology*, YouTube: <https://www.youtube.com/live/hOKLMjuwLlo?si=AfM31B5F9Eg7B273>

# Hospitalforum

21 - 22 • ABRIL 2026

Foro de Gestión Hospitalaria

**Hospitalforum** será un espacio concebido para abordar 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, pasando por el mantenimiento de instalaciones y la construcción de infraestructuras hospitalarias adaptadas a las demandas actuales.

**Hospitalforum** se propone ofrecer soluciones integrales que impulsen la calidad y la eficacia en la atención sanitaria.



HOTEL CATALONIA BARCELONA PLAZA • BARCELONA • MEDICALFORUM.ES

..... PATROCINAN .....

ALBIA | IMAP



ingenieros JG



Medicip Health



INFORMACIÓN



+34 916 308 591 / +34 672 050 625



comercial@medicalforum.es