

Lo que cuenta la etiqueta

Cada envase cosmético alberga una historia. Y el etiquetado, pequeño pero poderoso, es el encargado de transmitirla. Hoy se le exige ser bello, resistente, sostenible y legalmente impecable. ¿Cómo lograrlo sin renunciar al impacto visual? La clave está en un enfoque colaborativo que integre diseño, innovación y precisión técnica desde el primer momento.

Por *Sandra Mercé*, DIRECTORA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DE FERLICOM GROUP

En un entorno tan competitivo como el de la industria cosmética, cada detalle del *packaging* cuenta.

La etiqueta, a menudo considerada como un simple soporte gráfico, ha adquirido un rol estratégico clave: es punto de contacto con el consumidor, vehículo de cumplimiento normativo y reflejo de los valores de marca. Hoy, las empresas buscan etiquetas que no solo sean visualmente atractivas, sino también funcionales, resistentes y sostenibles.

Abordar los principales retos técnicos que enfrentan los equipos de diseño, calidad y producción a la hora de desarrollar soluciones de etiquetado efectivas y alineadas con las demandas del sector es imprescindible para sobrevivir a su constante desarrollo y evolución.

1. MÁS ALLÁ DE LA ESTÉTICA: FUNCIÓN TÉCNICA DE LA ETIQUETA

Las etiquetas en cosmética deben cumplir múltiples funciones técnicas que van mucho más allá de lo estético. Su correcta adherencia, durabilidad y legibilidad influyen directamente en la percepción del consumidor y en la eficiencia del proceso de envasado.

Uno de los factores clave es la compatibilidad del adhesivo con el envase, especialmente cuando se



trabaja con materiales como vidrio, PE o PP. Cada superficie tiene un comportamiento diferente ante la aplicación, el transporte y las condiciones de uso del producto (humedad, temperatura, roce). Un fallo en la adherencia puede comprometer no solo la imagen de marca, sino también la trazabilidad del producto.

Asimismo, la etiqueta debe integrarse sin fallos en líneas de producción automatizadas a alta velocidad. Para ello, en Dilograf Labels se pone a disposición todo el conocimiento del equipo, ya que

entran en juego variables como el gramaje del material, la rigidez y la precisión del troquelado, que pueden afectar el rendimiento en etiquetadoras automáticas.

2. SOSTENIBILIDAD Y PERCEPCIÓN DE CALIDAD: INNOVACIÓN EN MATERIALES

La transición hacia un etiquetado más sostenible es ya una realidad en cosmética. Sin embargo, este cambio no está exento de complejidad técnica. Los materiales reciclados, reciclables o compostables deben cumplir con los mismos requisitos de calidad visual,

resistencia y compatibilidad con los sistemas de impresión y aplicación que los convencionales.

Uno de los grandes desafíos es la apariencia y tacto del material, especialmente en productos de posicionamiento *premium*. Por ejemplo, un papel reciclado puede aportar un acabado natural muy valorado por marcas ecológicas, pero puede presentar más variabilidad en color y textura, lo que exige un control de calidad más exigente.

También se investiga en *films* más ligeros, con menor uso de plástico, o en soluciones “mono-material” que faciliten la reciclabilidad del envase completo.

La clave está en encontrar un equilibrio entre impacto ambiental, rendimiento técnico y coherencia con la imagen de marca. Y, por supuesto, en trabajar únicamente con proveedores certificados, y que cada material cuente con sus correspondientes fichas técnicas y certificaciones.

3. UN EQUILIBRIO DELICADO: DISEÑO Y NORMATIVA

El etiquetado cosmético está regulado por normativas específicas que limitan la libertad de diseño. Se obliga a incluir determinada información obligatoria, como ingredientes, país de origen, lote, fecha de caducidad o modo de uso, en tipografías legibles y con un tamaño mínimo.

Este marco normativo representa un reto constante para los diseñadores, que deben equilibrar el atractivo visual con una jerarquía clara y legible. En productos de pequeño formato, este equilibrio es aún más complejo: cada milímetro cuenta.

Además, los productos con varias variantes (como tonalidades o fragancias) requieren estructuras flexibles que permitan personalización sin afectar la coherencia de marca.



Una práctica eficaz consiste en colaborar desde el inicio del proyecto con el equipo técnico de impresión para prever limitaciones en tintas, acabados o troquelados. Así se evitan modificaciones costosas a última hora o problemas en planta.

4. MÁS QUE UN IMPRESOR: EL PAPEL DEL PROVEEDOR TÉCNICO

Contar con un proveedor que actúe como socio técnico y no sólo como impresor es clave para garantizar el éxito del proyecto de etiquetado. Su experiencia puede ser decisiva en la validación de materiales, pruebas de comportamiento en condiciones reales y ajustes necesarios para una producción eficiente.

En Dilograf Labels, por ejemplo, se trabaja codo a codo con los clientes desde la fase de concepto. Se asesora en la selección de materiales y acabados para lograr una imagen que impacte visualmente sin comprometer la calidad técnica ni la eficiencia en línea de producción. El enfoque



combina sensibilidad estética con precisión industrial, lo que permite acompañar a las marcas en el desarrollo de soluciones de etiquetado coherentes, sostenibles y eficaces.

CONCLUSIÓN

El diseño de etiquetas cosméticas es un ejercicio de equilibrio entre creatividad, funcionalidad, sostenibilidad y cumplimiento normativo. La etiqueta no es un elemento accesorio, sino un componente estratégico del *packaging* que comunica, protege y diferencia. Apostar por una solución técnicamente robusta, alineada con los valores de marca y adaptada a los retos productivos, es una inversión con retorno asegurado.

Para lograrlo, resulta clave una colaboración fluida entre los equipos de *marketing*, diseño, calidad, legal y proveedores técnicos. En un sector tan dinámico y exigente como el cosmético, la innovación no está solo en el producto, sino también en la forma en que se presenta 🌿