



Insights del consumidor, hacia donde orientar la innovación en cosmética

## Objetivos

- Descubrir tendencias a través de *forward consumers*.
- Identificar oportunidades futuras de mercado a partir de las necesidades actuales.



# Metodología y diseño de la investigación

Proceso de co-creación de productos cosméticos a través de una comunidad de investigación online.

Target: n= 20, seleccionadas por ser amantes de la cosmética

100% mujeres

Duración: 3 días, interacción longitudinal y asincrónica

Edades: entre 20 y 50 años

Ámbito geográfico: Madrid y Valencia

The screenshot shows the Ainia website interface. At the top, the Ainia logo is displayed as 'ainia centro tecnológico'. A search bar with a 'Buscar' button is on the right. Below the logo, the user 'Cristina Jodar' is logged in, with links for 'Herramientas del moderador' and 'Cerrar sesión'. The main header is 'Comunidad Amantes de la Cosmética'. A yellow banner states 'Esta pregunta esta cerrada 5 days ago y no admite más respuestas'. Below this, a 'Bienvenida' section features a colorful 'Bienvenidas!' graphic. The text reads: '¡Hola chicas!', '¡Bienvenidas a la Comunidad Amantes de la Cosmética!', and 'La comunidad donde vamos a poder adentrarnos en ese mundo que tanto nos fascina, compartir y aprender unas de otras, descubrir tendencias, proponer nuevas ideas, investigar juntas y contribuir a crear los productos cosméticos del futuro.' At the bottom, it says: 'Imaginar lo que podemos hacer juntas ¡20 chicas con la misma pasión y ganas de unir nuestras fuerzas para dar los retos que nos esperan en la Comunidad! ¿Tenéis curiosidad y ganas de saber lo que vamos a hacer hoy? ¿Y mañana y pasado? Pues, enseguida os contamos más...'. Logos for 'GENERALITAT VALENCIANA', 'INSTITUT VALENCIÀ D'INICIATIVA EMPRESARIAL', 'UNIÓN EUROPEA', and 'Fondo Europeo de Desarrollo Regional' are visible at the bottom left.

# Necesidades cosméticas más importantes

## Para todas

Luminosidad en la piel  
Proteger la piel del sol  
Disimular imperfecciones  
Unificar tono de la piel  
Limpieza facial  
Hidratación  
Me hacen sentir bien

## Necesidades específicas

Encontrar productos que no provoquen alergias ni rojeces.  
Texturas no grasas.  
Eliminar signos de cansancio y fatiga.

## Pieles maduras

Envejecimiento de la piel  
Recuperar/no perder firmeza  
Disimular/tratar líneas de expresión y pequeñas arrugas

“la piel es el mejor traje que tengo y el que me va a durar toda la vida” Por Monica R, heavy user

Ritual - Paul Mitchell - Mary Kay - Biotherm - Uriage - Missha - Benefit - Oriflame - Nuxe - Sensai

Productos más utilizados: **cosmética facial**  
 maquillajes, cremas, limpieza, protección solar

Intral

Sephora

Yves Rocher

Garnier

Somatoline  
 Cosmetic

Sisley

Olay

Ladival

Kiko

Estee Lauder

Maybelline

Asesoramiento: personal en perfumerías  
 especializadas, internet

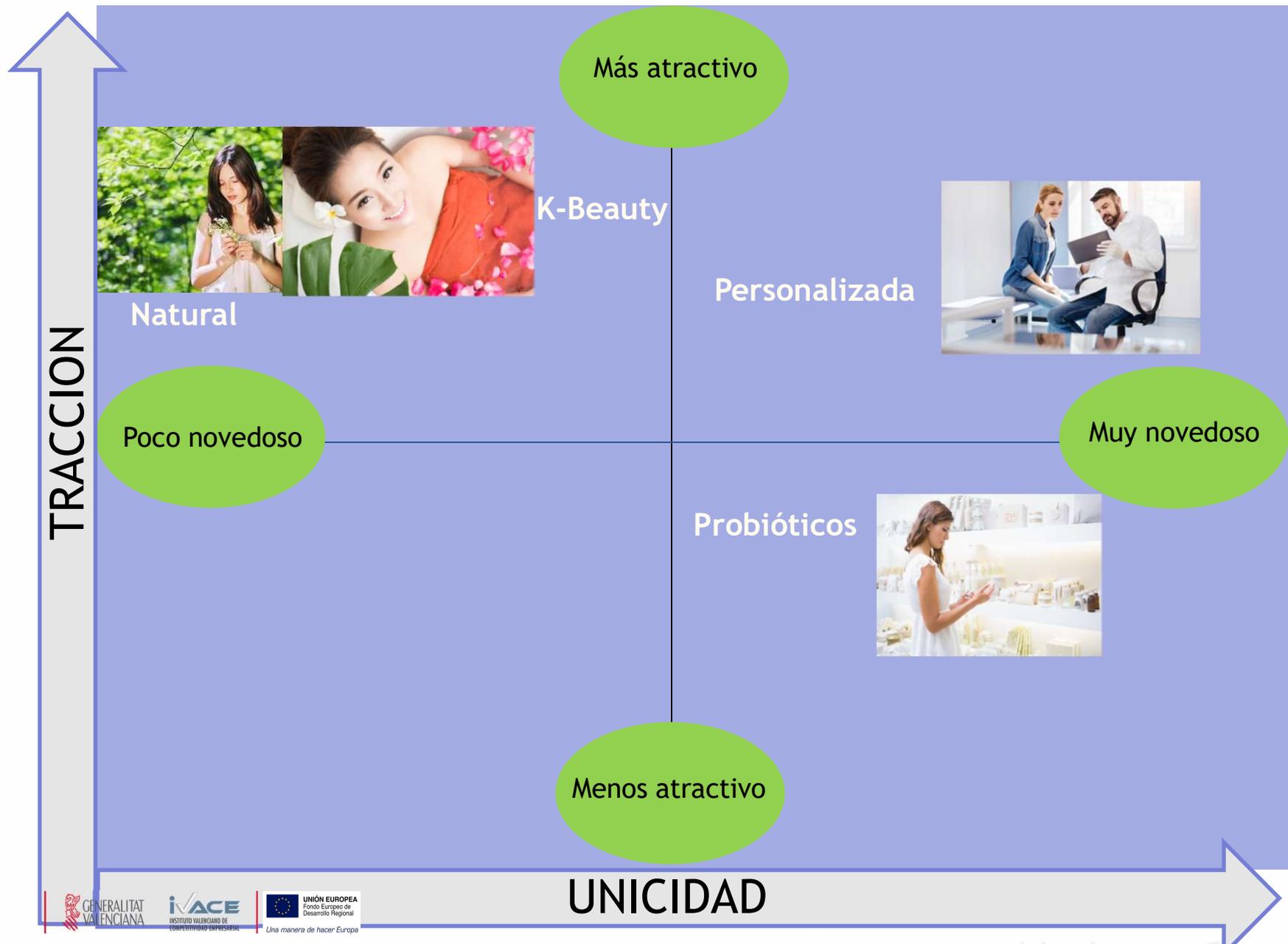
Marcas: todo tipo...



# Evaluación de Tendencias



# Posicionamiento de Tendencias



# Cosmética Natural

## Principales frenos:

- ↑ PRECIO
- ↓ EFECTIVIDAD
- ↓ VARIEDAD DE GAMA
- ↓ CONSERVACIÓN/CADUCIDAD
- ↓ CÓMODO (formatos menos fáciles de usar)



## Principales beneficios:

- ↑ TOLERANCIA
- ↑ SALUD
- ↑ ÉTICA
- ↑ ECOLÓGICA (envases reciclados y biodegradables)
- ↓ PRECIO (cuando se usa el producto en su estado puro 100% ej. Yogur y sal como exfoliante, vinagre para el pelo, etc...)

# Cosmética con Probióticos

## Principales frenos:

- ↑ PRECIO
- ↓ CONSERVACIÓN / CADUCIDAD
- ↓ CONOCIMIENTO (muchas dudas por resolver)



## Principales beneficios:

- ↑ NATURAL
- ↑ SALUD
- ↑ TOLERANCIA
- ↑ NOVEDOSA
- ↑ DIFERENTE
- ↑ INNOVADORA
- ↑ EFECTIVIDAD:
  - reducen la inflamación e irritación de la piel,
  - favorecen la regeneración celular,
  - la producción de colágeno,
  - mantienen la hidratación, la resistencia y elasticidad de la piel.

# Cosmética K-Beauty

## Principales frenos:

- ↓ CONOCIMIENTO
- ↓ DISPONIBILIDAD
- ↓ VARIEDAD / AMPLITUD DE GAMA



## Principales beneficios:

- ↑ COMODIDAD / FÁCIL DE USAR  
(comparado con mascarillas tradicionales)
- ↑ DIVERTIDA / SORPRENDENTE  
(productos creativos, ingeniosos, efecto WOW)
- ↑ EFECTIVIDAD  
(tratamiento de los poros y unifica el tono)
- ↑ REFRESCANTE
- ↑ TEXTURA LIGERA
- ↑ ASPECTO PIEL SANA  
(no da la sensación de ir maquillada)

# Cosmética Personalizada

## Principales frenos:

↑ PRECIO

↓ ACCESIBILIDAD  
(difícil acceso para  
el consumidor medio)



## Principales beneficios:

↑ EFECTIVIDAD (tratamiento de  
necesidades no resueltas)

↑ CALIDAD

↑ INNOVADORA (incorpora ciencia,  
tecnología, estudios genéticos)

↑ ÚNICA (hecha a la carta)

↑ NOVEDOSA

# La Cosmética del Futuro



*...camino hacia la Innovación en la próxima década.*

Personalización



# Natural y con Probióticos

# &

# Personalizada y a la carta



Ciencia + Tecnología



Tratamiento interior y exterior  
Proactivo y Reactivo



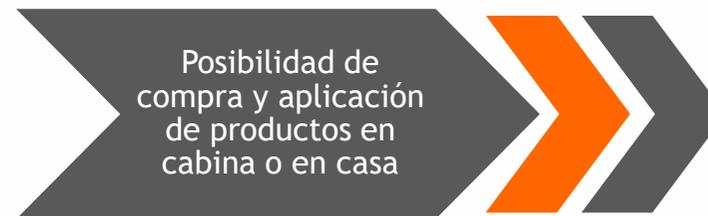
Hidratación   Grasa Zona T   Grasa Zona U   Arrugas   Rugosidad   Manchas   Transferencia de archivos

Natural / Bio



# La Cosmética del Futuro

## Fases del proceso de compra



Retroalimentación  
del proceso



# ¿Qué pide el consumidor a los laboratorios cosméticos?

Cosmética proactiva y reactiva

Productos adaptados a medida

Cosméticos  
multifuncionales

Innovación  
constante a través  
de la ciencia y la  
tecnología

Cosmética interior y exterior

Calidad a buen  
precio





Muchas gracias

Proyecto presentado a la convocatoria de ayudas dirigidas a Centros Tecnológicos de la Comunitat Valenciana para el desarrollo de proyectos de I+D de carácter no económico realizados en cooperación con empresas, con cargo al presupuesto del ejercicio 2017.

**Cristina Jodar**  
Research & Account Manager  
[cjodar@ainiaforward.com](mailto:cjodar@ainiaforward.com)

