

“EL SECRETO DE LA EFECTIVIDAD DE LA COSMÉTICA CONSISTE EN VALORAR Y ENCONTRAR LA SINERGI A IDEAL DE LOS INGREDIENTES COSMÉTICOS QUE DEBE APLICAR CADA PERSONA EN SU PIEL”

Mónica Rangel

FUNDADORA Y CEO DE CODES ID COSMETICS



EN LA ACTUALIDAD, EL CONSUMIDOR ES MUY EXIGENTE CONSIGO MISMO Y CON QUIEN LE ASESORA EN EL MOMENTO DE LA COMPRA DE UN COSMÉTICO. LA FUNDADORA Y CEO DE CODES ID COSMETICS, MÓNICA RANGEL, NOS EXPLICA AL DETALLE EN ESTA ENTREVISTA LA IMPORTANCIA DE CONOCER EL ID DE LA PIEL DE CADA PERSONA Y LOS INGREDIENTES COSMÉTICOS QUE NECESITA, APOSTANDO POR LA PERFECCIÓN DE LA ACTUAL CULTURA DEL CUIDADO DE LA PIEL GUIANDO AL CLIENTE Y ENTRENÁNDOLO EN SER MÁS “INGREDIENTE-CONSCIENTE” A LA HORA DE ELEGIR UN COSMÉTICO SEGÚN LAS PREFERENCIAS Y NECESIDADES DE SU PIEL.

Texto: B. Suárez
Fotos: Codes ID Cosmetics

Como farmacéutica experta en Cosmética y Analista Clínico, ¿cuál es su visión del mundo de la cosmética?

Es un universo muy complejo pero a la vez atractivo, envolvente y apasionante para la mayoría de las personas que disfrutan y les gusta cuidar su apariencia, pero sobre todo para quienes valoran aún más la salud y bienestar de su piel, y valoran la consciente selección de los cosméticos para la prevención y tratamiento del proceso de envejecimiento.

Como profesional, me permite dirigirme a personas que están "en estado activo", es decir, que son curiosas, que



“SER INGREDIENTE-CONSCIENTE ES UNO DE LOS TRES PILARES DEL MÉTODO DE CODES ID COSMETICS”

desean conocer lo que se aplican y controlar el efecto positivo que van viendo aparecer, que quieren conocer los certificados cosméticos o la filosofía de la marca; y a ellas otorgarles las herramientas necesarias para que "Aprendan a Vestir su Piel", es decir, educarles e instruirles de forma imparcial, a ser ingrediente-conscientes en el momento de elegir su cosmético, guiarles en su auto-reconocimiento en la tipología de la piel e inspirarles y motivarles en el cumplimiento de su rutina cosmética. En resumen, que el cliente para quien la apariencia es parte fundamental de su personalidad, pueda contar siempre con un guía profesional que, además de entrenarle y asesorarle de forma imparcial, conozca sus preferencias y sensaciones a la hora de buscar el cosmético ideal.

Con una trayectoria profesional de 20 años de experiencia en las áreas de la ciencia cosmética, biología, envejecimiento de la piel y gestión de la dermofarmacia en oficinas de farmacia, ¿qué le impulsó a crear Codes ID Cosmetics "Programas Cosméticos Personalizados"?

Por mi pasión y por mi forma de ser, fui cultivando esta visión en estos últimos 8 años de trayectoria (desde el 2013)

buscando la sinergia y bondades de los ingredientes de cada cosmético que seleccionaba para sus clientes, amigas y familiares, valorando previamente sus inquietudes cosméticas y en función de ello elaboraba programas personalizados, más que pautar rituales básicos de tratamientos según protocolos de las marcas cosméticas.

De mi experiencia como usuaria y como profesional, detecté un problema significativo y común en todos los canales de distribución (medico-estético, perfumería, farmacia, etc.): la insuficiente personalización hacia el cliente que busca orientación en el cuidado de la piel, lo cual desencadena en inseguridad, indecisión, incumplimiento de su rutina de tratamiento e inconformidad con sus resultados.

¿En qué se basa su método-concepto? ¿Cuál es su objetivo?

El método se basa en: educar e instruir de forma imparcial a las personas a ser ingrediente-conscientes en el momento de elegir su cosmético, tras realizar un estudio exhaustivo, dedicado a analizar objetivamente toda la composición química de los productos que usa en su rutina cosmética; guiarles en su auto-reconocimiento en la tipología de la piel; y, al mismo tiempo, inspirar

y motivarles en el cumplimiento de una rutina cosmética.

Éstos son los 3 principales retos de Codes ID Cosmetics y mi granito de arena al sector Beauty. No se trata de que el cliente sea independiente, todo lo contrario, seguirá (y deberá seguir) poniéndose en manos de su asesor o prescriptor de cosmética, sea en un centro médico-estético, en un establecimiento comercial, en una farmacia...; mi objetivo es dual para que el cliente a partir de ahora posea más herramientas e información cosmética útil y aplicable para potenciar el beneficio de su piel y, además, evite la inconformidad con sus resultados, pues sin darnos cuenta vamos probando, probando y probando, y no terminamos de acertar, y esto a su vez desencadena en inseguridad, indecisión e incumplimiento de su rutina cosmética.

¿Qué significa ser "ingrediente-consciente"?

Ser ingrediente-consciente es uno de los tres pilares del método de Codes ID Cosmetics. Significa que conociendo el "ID" o identidad de tu piel (tipología, gustos y preferencias) y, por otra parte, el "ID" o identidad del cosmético, es decir, la combinación ideal de los ingredientes cosméticos que tu piel necesita, la proporción o concentración de los mismos, son "Códigos" que debemos considerar y contrastar para escoger mejor el cosmético para la situación actual de cada piel.



do les explicas. En cierta forma, ha aumentado el conocimiento técnico en relación a nombres químicos y acciones de determinados ingredientes cosméticos.

¿En qué consiste la nueva cultura *skincare* que propone Codes ID Cosmetics?

Esta nueva cultura del cuidado de la piel consiste en aportar un valor diferenciador que es la superpersonalización y sociabilización a través de la experiencia y en este sentido hablo tanto a nivel presencial como digital. Es nuestro granito de arena al sector beauty y cosmético, donde será fundamental el vínculo, la cercanía y dedicación que puedas tener con quien busca orientación en el cuidado de la piel, aplicando la frase que define el método de Codes, #AprendeAVestirTuPiel, y su estrategia de seguimiento cosmético. En definitiva, que la persona que quiera saber cuidarse la piel, sea capaz de transformar en ejercicio dinámico y consciente, un ejercicio que hasta ahora era sólo mecánico.

➤ Este proceso implica: analizar la composición íntegra (etiqueta) de cada uno de los cosméticos que utiliza el cliente en su rutina diaria y semanal, con el fin de evaluar la sinergia entre dichos ingredientes y buscar potenciar el efecto en la piel; orientarles sobre los componentes cosméticos que le viene bien al "ID" (identidad) de su piel; posteriormente instruirles de forma imparcial en cómo ordenar su rutina cosmética en función de los productos que disponga actualmente y no me refiero al "orden clásico" (limpieza, tónico, serum, crema...), sino a ordenar en función de los ingredientes cosméticos; una equivocación en solo uno de los productos que utilizamos podría arruinar parte la rutina cosmética facial e incluso provocar efectos indeseados. Y ésta es la personalización que aplico –con el desarrollo de un método y estrategia de seguimiento–, nuestro valor diferenciador que ayuda a perfeccionar un poco la actual cultura del cuidado de la piel.

Como experta en cosmética, ¿cuál diría usted que es el secreto de la efectividad de los productos cosméticos?

Valorar y encontrar la sinergia ideal de los ingredientes cosméticos que debe aplicar cada persona en su piel, entre todos los cosméticos que utiliza durante el día y en la rutina cosmética semanal, y esto contrastarlo con antecedentes cosméticos y estilo de vida de la persona en cuestión.

En cuanto a la educación del consumidor en belleza, ¿en qué se basa hoy en día la cultura de cuidado de la piel?

La actual cultura del cuidado de la piel que conocemos de manera general, se basa en seguir y aplicar el ritual y/o un protocolo de una selección de una

o varias marcas cosméticas, bajo la indicación del prescriptor cosmético (sea farmacéutico, médico-estético o de perfumería, etc.) en el que el tiempo de recomendación es limitado y en el que en algunos casos se consideran los componentes principales de dicho cosmético (pues predomina la reivindicación del propio producto), faltando analizar en profundidad el estilo de vida de la persona, su rutina completa

“EL CLIENTE DE AHORA ES MUY EXIGENTE Y BUSCA FORMARSE E INSTRUIRSE EN LO QUE A INGREDIENTES COSMÉTICOS SE REFIERE”

y carente de un estudio exhaustivo, dedicado a analizar objetivamente toda la composición química de su rutina cosmética.

En este sentido, ¿considera usted que el consumidor actual sabe leer las etiquetas de los cosméticos?

El cliente de ahora es muy exigente y busca formarse e instruirse (habitualmente suele ser vía online, a través de redes sociales, etc.) y tras recopilar la información que han leído en un blog o revista o web de la marca cosmética, la mayor parte de las veces acuden con una idea muy estructurada de lo que quieren comprar en función de las recomendaciones/funciones de los ingredientes cosméticos.

De manera que me atrevo a decir que de 10 clientes, entre 3 y 5 acuden y revisan el envase y comienzan a buscar lo que quieren y aunque les resulta difícil comprenderlo, les gratifica cuan-

En este sentido, ¿qué servicios ofrecen a sus clientes?

En Codes ID Cosmetics ofrecemos un entrenamiento cosmético personalizado para hombres y mujeres que desean aprender a entender por qué usan tal o cual cosmético y controlar el efecto positivo que van viendo aparecer: cómo combinar los cosméticos en función del estado de la piel, entender el beneficio de la sinergia de los cosméticos (desde la limpieza, tonificación, tratamientos diarios y especiales hasta el maquillaje), cómo reconocer cuándo un cosmético no le está sentando bien a la piel (sin necesidad de ver reacciones alérgicas) y por qué no es tan recomendable utilizar todos los cosméticos de una misma marca. Y todo ello a través de los siguientes servicios: consulta cosmética presencial, consulta cosmética digital, programa de muestras cosméticas, eventos cosméticos digitales y tarjeta regalo. ●