

SANTIAGO TEJEDOR

DIRECTOR GENERAL POSTQUAM



“La inversión constante en la innovación es fundamental”

Por Álvaro Ruiz de Velasco

¿Qué supone para Postquam estar dentro del foro de marcas renombradas?

PostQuam Cosmetic goza de reconocimiento internacional en el sector de la cosmética y la peluquería profesional. El trabajo de nuestro departamento de exportación y nuestra presencia en las ferias más importantes del sector de la cosmética (Cosmoprof Bolonia, Cosmoprof Hong Kong, Mondial Coiffure Beauté Paris,

“Los consumidores exigen pruebas que certifiquen que bajo los claims de eficacia, sostenibilidad y orgánico se encuentran productos seguros y comprometidos”

LAS MARCAS SON LA IMAGEN DE UN PAÍS, YA QUE CONSTITUYEN UN FACTOR DE GRAN RELEVANCIA PARA MEDIR LA SALUD Y LA COMPETITIVIDAD DE UNA ECONOMÍA. DESDE SU CREACIÓN EN 1999, EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (FMRE) TRABAJA PARA DEFENDER ESA IMPORTANCIA DE LA MARCA Y DE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA NUESTRAS EMPRESAS.

Gulf Beauty de Dubai, Salón Look Madrid, Cosmobelleza en Barcelona, Hair&Beauty Frankfurt, etc.) nos ayudan a ser reconocidos por más y más profesionales y distribuidores en todo el mundo.

Formar parte del foro de marcas renombradas aporta un valor diferencial a nuestros productos, y refuerza estas señas de identidad fuera de nuestras fronteras.

¿Qué entienden por Marca España?

La Marca España debe ser un atributo que añade valor a nuestra marca y empresa. Fuera de nuestras fronteras, la gente reconoce como valores clave de las empresas españolas la creatividad, la calidad de los productos y la riqueza cultural.

¿Qué importancia tiene el I+D+I dentro de Postquam?

Nuestra filosofía es tener un constante “espíritu emprendedor”, trabajando día a día con el objetivo de estar informados y alerta de las demandas del consumidor, y últimas tendencias.

Para ello, nuestro equipo de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) trabaja *non-stop* con el objetivo de conseguir el producto perfecto, que el mercado demanda. La inversión constante en la innovación es fundamental.

Todos nuestros productos están formulados a partir de cuidadas composiciones a base de principios activos más efectivos y novedosos. De ello se encarga nuestro equipo de I+D, que investiga los principales problemas estéticos y formula productos específicos para su tratamiento.

¿Hacia dónde cree que va a evolucionar el sector de los cosméticos en materia de sostenibilidad?

A la tendencia por los productos naturales se suma la tendencia por la sostenibilidad. Los ingredientes ecológicos, libres de químicos y las formulaciones sostenibles son la base sobre la que actualmente se apoya la innovación cosmética.

postQuam

PROFESSIONAL



Los consumidores exigen pruebas que certifiquen que bajo los *claims* de eficacia, sostenibilidad y orgánico se encuentran productos seguros y comprometidos con estos valores, más allá de la etiqueta “verde”.

¿Y al sector en general? ¿Cómo valora las reivindicaciones actuales que vienen desde el sector de la estética y la peluquería?

El consumidor es cada vez más exigente, más informado, donde busca la máxima

más, creemos en el uso de nuevos activos y estamos investigando y patentando una línea con bacterias.

- La unión de lo femenino y lo masculino y vemos una tendencia clara en 8/10 años a productos unisex inoloros e incoloros.
- Y posiblemente la unión de ambas. Natural, científico y unisex.

“El consumidor investiga más que nunca a la hora de elegir un producto y quiere que seamos transparentes y sinceros”

¿De qué manera ha afectado a su modelo de negocio la pandemia?

La pandemia ha transformado el hábito de compra, el comercio *online* ha despegado de forma muy rápida. La pandemia ha acelerado el cambio radical de costumbres en cuanto a la compra por internet se refiere. Cuidarnos en casa y vernos bien se ha convertido en una necesidad. La venta de tinte profesional, champús, acondicionadores y mascarillas de peluquería se han disparado en ventas durante la pandemia.

calidad y productos con beneficios añadidos. El cliente quiere información de los ingredientes y no quiere que le publiciten resultados no reales. El consumidor investiga más que nunca a la hora de elegir un producto y quiere que seamos transparentes y sinceros.

A largo plazo el cliente buscará:

- La unión de naturaleza y ciencia. Logrando productos naturales, pero con grandes resultados, aplicando la biotecnología y creando ingredientes más potentes. Ade-

¿Cuáles son sus perspectivas para este año 2022?

Seguir con nuestra política de “mejora continua”, cuidando la calidad, los procesos y productos al máximo. Si seguimos trabajando del mismo modo, seguiremos creciendo como hasta ahora. Nuestra experiencia de casi 30 años en salones de peluquería y estética, y nuestro constante desarrollo en investigación, han dado como resultado la creación y diseño de productos de alta calidad destinados a cubrir todas las necesidades de los profesionales, siendo en la actualidad la empresa española de Cosmética Profesional con mayor proyección y con mayor capacidad técnica e innovadora.