

MARTA MARÍN, BRAND MANAGER DE DARPHERIN

“En Darphin estamos constantemente innovando y buscando nuevos formatos y texturas”

BASÁNDOSE EN MÁS DE 60 AÑOS DE EXPERIENCIA EN PRODUCTOS BOTÁNICOS Y TÉCNICAS DE FORMULACIÓN, LA FILOSOFÍA DEL LABORATORIO FRANCÉS SIGUE SIENDO OFRECER EL PRODUCTO MÁS APROPIADO PARA LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES Y, AL MISMO TIEMPO, GARANTIZAR RESULTADOS VISIBLES EN LA PIEL.



**P**ierre Darphin, maestro botánico francés, experto en formulación y kinesioterapeuta, dedicó su vida a buscar las esencias más puras de las plantas, creando fórmulas con alto concentrado botánico capaces de liberar toda su energía en el momento del contacto con la piel. Con su sabiduría y mucho afán por la investigación en el universo de la cosmética, fundó en 1958 la que a día de hoy es una de las marcas de cuidados profesionales mejor valoradas del mercado de la dermofarmacia. A diferencia de otras compañías, por tanto, la pandemia no ha cambiado nada para Darphin en lo que a inversión en I+D+i se refiere; forma parte de su filosofía desde hace más de sesenta años.

**“CREEMOS QUE EL FUTURO DE LA COSMÉTICA,  
Y ESPECIALMENTE LA DERMOFARMACIA  
Y LOS EXTRACTOS BOTÁNICOS POTENTES,  
ES MUY BRILLANTE”**

**Marta Marín**, brand manager de Darphin, expone que *“nuestra visión colectiva es que las marcas del Grupo Estée Lauder Companies sean la empresa de belleza más inclusiva, equitativa y diversa del mundo, y que sean tanto el empleador elegido para diversos talentos como las marcas elegidas por diversos consumidores”*. Para cumplir ese objetivo, añade la especialista, *“estamos enfocados en crear productos auténticos que sean relevantes a nivel local y hechos a la medida para muchos consumidores diferentes en todo el mundo, basados en deseos y preferencias únicas, con un profundo respeto por celebrar las diferencias en todo el mundo”*.

### **Unas tendencias no tan nuevas**

A día de hoy, cosmeticidad, sostenibilidad y eficacia son pilares fundamentales de muchas empresas dedicadas a la dermofarmacia. Así pues, *“en general, vemos que muchas de las ‘nuevas’ tendencias y los ingredientes activos más populares se encuentran en el mundo de la dermofarmacia (como el Ácido Hialurónico, el Retinol y la Vitamina C), así como los activos de la naturaleza (como los potentes extractos y fermentos botánicos). Estos ingredientes son potentes y se ha demostrado que tienen un alto rendimiento”*, señala Marín. Dichos ingredientes han sido, y siguen siendo, el núcleo de la filosofía de Darphin, *“debido a su alto rendimiento y eficacia y, por lo tanto, han sido tecnologías clave en nuestros productos durante muchos años”*, subraya la brand manager de la marca. Es por ello que *“nos complace verlos como ‘tendencia’ en la actualidad, y creemos que son populares por una buena razón: son ingredientes potentes y se dirigen específicamente a la biología de la piel, lo que lleva a resultados cosméticos visibles comprobados”*.

Ahora bien, acerca de estas nuevas tendencias y principios activos con alta demanda en la actualidad, deja claro que *“no todos los ingredientes son iguales”*, por lo que, a su juicio, *“es fundamental comenzar por la selección y las pruebas correctas para identificar los ingredientes activos potentes que brindan beneficios a la piel”*. *“Esto no es solo el resultado de la investigación en biología y pruebas de la piel, sino también del diseño de la formulación correcta para la entrega de ingredientes activos para llegar a la piel y brindar los beneficios”*, manifiesta Marín.

En este sentido, afirma que Darphin está constantemente innovando y buscando nuevos formatos y texturas *“para brindar una experiencia altamente sensorial y de alto rendimiento para nuestros consumidores, además de entregar los ingredientes activos para la eficacia”*. En concreto, explica la experta, *“tendemos a centrarnos en categorías importantes como serums, cremas y aceites”*. Basándose en más de 60 años de experiencia en productos bo-

tánicos y técnicas de formulación, recalca, *“nuestro objetivo es ofrecer el producto más apropiado para las necesidades de nuestros consumidores y, al mismo tiempo, garantizar resultados visibles en la piel”*. Y, a su vez, *“estos son el resultado de la meticulosa combinación de ingredientes para diseñar una fórmula que se combina con los últimos avances científicos”*.

### **Innovación constante**

En cuanto a los nuevos formatos y texturas que están por llegar en el mercado de la dermofarmacia, la portavoz de Darphin revela que los laboratorios de la compañía están *“constantemente”* buscando y desarrollando tecnologías de próxima generación, innovaciones, e identificando vías clave para alcanzar un rendimiento avanzado. *“Además de nuestro sólido enfoque mecanicista, impulsamos constantemente innovaciones basadas en conceptos de formulación holística y el desarrollo de nuevos extractos botánicos”*, afirma.

Bajo su punto de vista, *“nuestra filosofía es que una fórmula no está completa hasta que se considera la interacción entre múltiples campos de experiencia científica, que van desde la farmacología, la biología de la piel o el desarrollo de tecnologías, hasta la ciencia de la liberación del producto en la piel”*.

Así es desde su fundación. En palabras de la experta, *“nos mantenemos fieles a nuestra herencia, ya que Pierre Darphin siempre estuvo a la vanguardia del cuidado de la piel y la investigación”*. Por ejemplo, recuerda, *“en 1958, el Instituto Darphin se estableció sobre la base de estos principios, y la institución es, todavía hoy, conocida por las innovaciones en el cuidado de la piel y las técnicas innovadoras de Darphin basadas en la experiencia enraizada en la botánica, la química de formulaciones, la biología y la sensorialidad”*.

Del mismo modo, gracias a la I+D y el uso de nuevas tecnologías, *“continuaremos innovando y manteniéndonos al día con los nuevos avances que seguirán avanzando en el campo”*. *“Prevemos que esto, por supuesto, dará como resultado nuevos objetivos, nuevas tecnologías e incluso un mayor rendimiento”*, remarca.

A su modo de ver, *“creemos que el futuro de la cosmética, y especialmente la dermofarmacia y los extractos botánicos potentes, es muy brillante. Continuará evolucionando con el mundo en evolución en el que vivimos, y se adaptará a las necesidades de nuestros consumidores”*. +

**“NUESTRA VISIÓN COLECTIVA ES QUE LAS MARCAS  
DEL GRUPO ESTÉE LAUDER COMPANIES SEAN  
LA EMPRESA DE BELLEZA MÁS INCLUSIVA,  
EQUITATIVA Y DIVERSA DEL MUNDO”**