

MÓDULO

1

COLORACIÓN

INTRODUCCIÓN A LA CATEGORÍA

PRIMERA ENTREGA DEL CURSO PRESENTADO POR L'OREAL SOBRE COLORACIÓN Y MAQUILLAJE. CONCEPTOS BÁSICOS Y RECOMENDACIONES QUE PODRÁN PARTIR DESDE EL PUNTO DE VENTA.

OTORGA CRÉDITOS PARA LA RECERTIFICACIÓN PROFESIONAL A TRAVÉS DE COFA

EL MERCADO DE LA BELLEZA Y DE COLORACIÓN

El Mercado Cosmético en la Argentina facturó a cierre de 2017 un total de \$2,2 billones de Dólares y 884 mil millones de unidades, lo que representa un crecimiento del 1,5% en unidades versus 2016.

Coloración es el #5 mercado de la Argentina con una participación del 9% en el mercado de belleza. Si bien a cierre de 2017 el mercado de coloración

presentó una variación negativa del 2% en unidades, si tenemos en cuenta la información del acumulado de 2018 hasta el mes de junio el mismo presenta un crecimiento del 2% en unidades.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Cuando observamos el lugar en que las usuarias se realizan coloración, el 64% lo hace en el hogar mientras que el 57% en la peluquería con un 21%

de convivencia entre usuarias que lo realizan tanto en el hogar como en la peluquería. A su vez, se nota una tendencia favorable hacia el aumento del hogar como lugar de coloración.

Si tenemos en cuenta la venta de coloración de masiva el 71% del volumen se vende en Farmacias & Perfumerías, lo que equivale a 11 millones de unidades en lo que va de 2018 (hasta el mes de junio), con una tendencia positiva de



Nutrisse
NUEVOS
RUBIOS Miel

Rubios nutridos y brillantes
que nos iluminan a todas.

EN UN PELO NUTRIDO, EL MEJOR COLOR.

GARNIER

ambos canales en los últimos años.

Por lo tanto, este resulta por excelencia el canal de destino y ventas para la categoría.

COLORACIÓN EN EL HOGAR

La mayoría de las consumidoras elige al hogar como lugar para realizarse la coloración porque entienden la peluquería como una pérdida de tiempo, es más económico, pueden administrar su tiempo y realizar otras tareas durante el proceso. 6 de cada 10 usuarias consideran que el precio a pagar por realizarse coloración en la peluquería es excesivo teniendo en cuenta el precio – calidad, siendo esta la principal barrera para acudir al salón. Es por eso que, en períodos de crisis, al contrario de lo que sucede en otras categorías del mercado de belleza masivo, la categoría de coloración suele ser la menos afectada, debido a la migración que recibe de usuarias que abandonan o acuden con menor frecuencia a la peluquería.

PERFIL DE LA CONSUMIDORA

La coloración tiene una alta penetración en la Argentina, según el estudio de U&A, 6 de cada 10 mujeres se hacen coloración. El 44% de las consumidoras se tiñe todos los meses todo el cabello, mientras del 56% restante alterna con la tinte exclusiva de las raíces.

Si analizamos el perfil etario de la consumidora de coloración:

- 15 – 24 años: 14%
- 25 – 34 años: 17%
- 35 – 44 años: 17%
- 45 – 54 años: 18%
- +55 años: 34%

Las consumidoras mayores de 35 años son las que mayor uso presentan, mientras que las usuarias de entre 35 y 44 años son el segmento que elige en mayor medida el hogar como lugar de coloración.

La mayor oportunidad de crecimiento y aumento de penetración de esta categoría se encuentra en las mujeres de 15 a 35 años que aún no son usuarias.

MOTIVACIONES DE LA CONSUMIDORA

La categoría de coloración presenta a primera vista, tres grandes universos de mujeres:

1. Mujeres que se realizan coloración del cabello con tinturas

2. Mujeres que abandonaron la categoría

3. Mujeres que nunca se tiñeron el cabello

Si nos concentramos en entender las motivaciones de las mujeres que se encuentran en el primer grupo, podemos ver que hay una consumidora que lo hace por factores emocionales y otra por factores funcionales.

Los factores emocionales están impulsados por la búsqueda de un cambio de color, modificación de la apariencia y renovación del "look", asociando a la coloración con la moda y un espacio lúdico en donde pueden jugar y disfrutar del proceso. Asocian a la categoría con frases relacionadas con la innovación y trasgresión.

Es tipo de consumidora "emocional", tiene mayor representación dentro de jóvenes y nuevas consumidoras de entre 15 y 35 años (el 31% de las usuarias), y debido a su edad entienden la cobertura de canas como una preocupación, pero a futuro.

Mientras que las consumidoras "funcionales" buscan en la co-



1ER* RETOCADOR INSTANTÁNEO DE RAÍCES.
EN 3 SEGUNDOS, CHAU CANAS**.

NUEVO

- 6 TONOS DISPONIBLES QUE EMPATAN CASI TODOS LOS TONOS.
- RÁPIDA ABSORCIÓN. NO MANCHA.
- FÁCIL Y PRÁCTICO.
- DURA HASTA 25 APLICACIONES.

TODAS LO VALEMOS.
#321CHAUCANAS

L'ORÉAL
PARIS

*1er Dosis Paris.
**1 Autoevaluación en 107 mujeres.



EXCELLENCE *Crème*

100% COBERTURA DE CANAS

TRIPLE PROTECCIÓN AVANZADA

PROTEGE EL CABELLO ANTES,
DURANTE Y DESPUÉS DE LA COLORACIÓN

**POR ALGO SE LLAMA
EXCELLENCE**



“MI PELO,
MEJOR QUE NUNCA”

TODAS LO VALEMOS

L'ORÉAL PARIS

loración la solución a la necesidad de cobertura de canas y recuperar el color natural ya que para ellas es una preocupación preponderante y presente, mejorar la estética y "rejuvenecerse". Son el 69% de las usuarias y se trata de consumidoras consolidadas de 36 a 65 años que entienden la categoría como una necesidad y rutina.

Estos factores no son excluyentes ya que en muchas consumidoras conviven ambos, sumado al hecho que ambas consumidoras tienen en común la búsqueda del cuidado de la salud del cabello asociado directamente con lo que las usuarias entienden por belleza.

ATRIBUTOS DE LA COLORACIÓN

Si analizamos los impulsores de la categoría para la consumidora, en promedio esta señala 7 atributos como fundamentales y que considera esenciales que toda coloración debe alcanzar generando un alto nivel de expectativas en cuanto a los resultados del proceso.

Estos son los atributos están ordenados de acuerdo a la im-

portancia y relevancia de cada uno para la usuaria:

1. Que no dañe el cabello
2. Dejar el color brillante
3. Que el resultado sea un color duradero
4. Dejar el cabello hidratado
5. Cubrir perfectamente las canas
6. Dejar el cabello suave al tacto
7. Que sean marcas confiables

IMPORTANCIA DE LA VARIEDAD EN LA OFERTA

Es una categoría con niveles relativamente bajos de lealtad de marca observándose niveles altos de cambio entre marcas, según el último estudio de U&A realizado por L'oreal, el 45% de las usuarias cambio de marca de coloración en el último año debido a que "No encontraba el color que buscaba". Por lo tanto, la no presencia en el punto de venta tiene una gran implicancia.

SEGMENTOS DE COLOR

Más allá de los formatos, marcas y segmentos que existen en la categoría en los que ahondaremos en los siguientes

dos módulos, existen 5 segmentos de color relacionados con el tono del cabello.

Estos son los 5 segmentos de color con el peso que tienen dentro del mercado:

- Rubio 52%
- Castaño 24%
- Negro 12%
- Rojo 5%
- Ultra aclarante 8%

Claramente podemos ver una preponderancia del rubio dentro del mercado argentino, pero es importante destacar la relevancia de ofrecer un portafolio de tonos amplio cubriendo los 5 segmentos y no concentrarse únicamente en los tonos rubios más vendidos.

SISTEMA DE ALTURA DE TONO

Es un sistema numérico que representa las 10 alturas básicas de los tonos neutros creado por L'oreal Paris y que luego adoptaron el resto de las compañías del mercado. El mismo sirve para ayudarnos con la descripción de los niveles de color, cuan claro y oscuro es el color de pelo. Siendo de más oscuro a más claro:

1. Negro



1º COLORACIÓN TRATAMIENTO SIN AMONIACO*

CASTING
CRÈME GLOSS

SIN AMONIACO
SIN PREOCUPACIONES

ENRIQUECIDO CON
JALEA REAL

PORQUE VOS LO VALÉS.

#QueNadaTeDetenga

L'ORÉAL
PARIS

2. Moreno
3. Castaño oscuro
4. Castaño
5. Castaño claro
6. Rubio oscuro
7. Rubio
8. Rubio claro
9. Rubio claro claro
10. Rubio aclarado

En un kit de coloración está representado por el primer número del tono, por ejemplo, un tono 7.1 es un rubio.

Fuentes consultadas:

- "Peluquería y coloración" Omnibus Onda Enero, Kantar enero 2017.
- "Proyecto de diseño y ejecución de la Plataforma de Insights L'Oreal", New Market Research Datos Claros.

EVALUACIÓN MÓDULO 1

1) Indique la opción correcta:

- Coloración es el #5 mercado de la Argentina con una participación del 9% en el mercado de belleza.
- Cuando observamos el lugar en que las usuarias se realizan coloración, el 23 % lo hace en el hogar mientras que el 46 % en la peluquería con un 21% de convivencia entre usuarias que lo realizan tanto en el hogar como en la peluquería.

2) Complete el concepto con la palabra correcta:

"Si nos concentramos en entender las motivaciones de las mujeres que se encuentran en el primer grupo, podemos ver que hay una consumidora que lo hace por factores y otra por factores funcionales".

- Económicos
- Emocionales
- Psicológicos

3) Indique qué opción es falsa:

Atributos de la coloración

- Que no dañe el cabello
- Que el resultado sea un color duradero
- Dejar el cabello medianamente suave



EXCELLENCE
Crème

100% COBERTURA DE CANAS
PROTEGE EL CABELLO ANTES,
DURANTE Y DESPUÉS DE LA COLORACIÓN

POR ALGO SE LLAMA EXCELLENCE

L'ORÉAL
PARIS