



---

# EL ARTE COREANO DEL CUIDADO DE LA PIEL

한국스킨케어의 예술

---

LILIN YANG | LEAH GANSE | SARA JIMÉNEZ

zenith



# EL ARTE COREANO DEL CUIDADO DE LA PIEL

한국스킨케어의 예술

---

LILIN YANG | LEAH GANSE | SARA JIMÉNEZ

zenith

NOTA IMPORTANTE: ESTE LIBRO QUIERE SER UN MEDIO DE DIVULGACIÓN DE CONSEJOS PARA MEJORAR SU PIEL; LOS DATOS QUE EN ÉL FIGURAN SON APROXIMADOS Y SE COMUNICAN CON BUENA FE, PERO NO ES UN MANUAL DE MEDICINA NI PRETENDE SUSTITUIR CUALQUIER TRATAMIENTO QUE LE HAYA PRESCRITO SU MÉDICO. SI SOSPECHA QUE TIENE UN PROBLEMA DE SALUD, CONSULTE CON SU MÉDICO.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Primera edición: noviembre de 2018

© MiiN Cosmetics, S.L., 2018

Lilin Yang, Leah Ganse y Sara Jiménez (redacción)

Carlos Heras (traducción y estilo)

Esther Sandoval (capítulo de maquillaje)

© Editorial Planeta, S. A., 2018

Zenith es un sello editorial de Editorial Planeta, S.A.

Avda. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)

[www.zenitheditorial.com](http://www.zenitheditorial.com)

[www.planetadelibros.com](http://www.planetadelibros.com)

Diseño de interior y de cubierta: Georgina Gerónimo

ISBN: 978-84-08-19636-5

Depósito legal: B. 23.877-2018

Impreso en España - *Printed in Spain*

El papel utilizado para la impresión de este libro es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.

---

# SUMARIO

---

09	INTRODUCCIÓN
	01
15	HISTORIA DE LA COSMÉTICA COREANA
	02
25	LA IMPORTANCIA DE CUIDARSE LA PIEL
	03
35	PRODUCTOS DE BELLEZA COREANOS
	04
101	LA RUTINA DE BELLEZA COREANA
	05
113	INGREDIENTES NATURALES UTILIZADOS EN LA COSMÉTICA COREANA
	06
125	COSMÉTICA NATURAL

131	07 ERRORES QUE NO DEBES COMETER EN TU RUTINA
141	08 TENDENCIAS COREANAS
159	09 PREGUNTAS FRECUENTES
167	10 COSMÉTICA MASCULINA
177	11 CONSEJOS PARA VIAJAR A COREA DEL SUR
189	EPÍLOGO

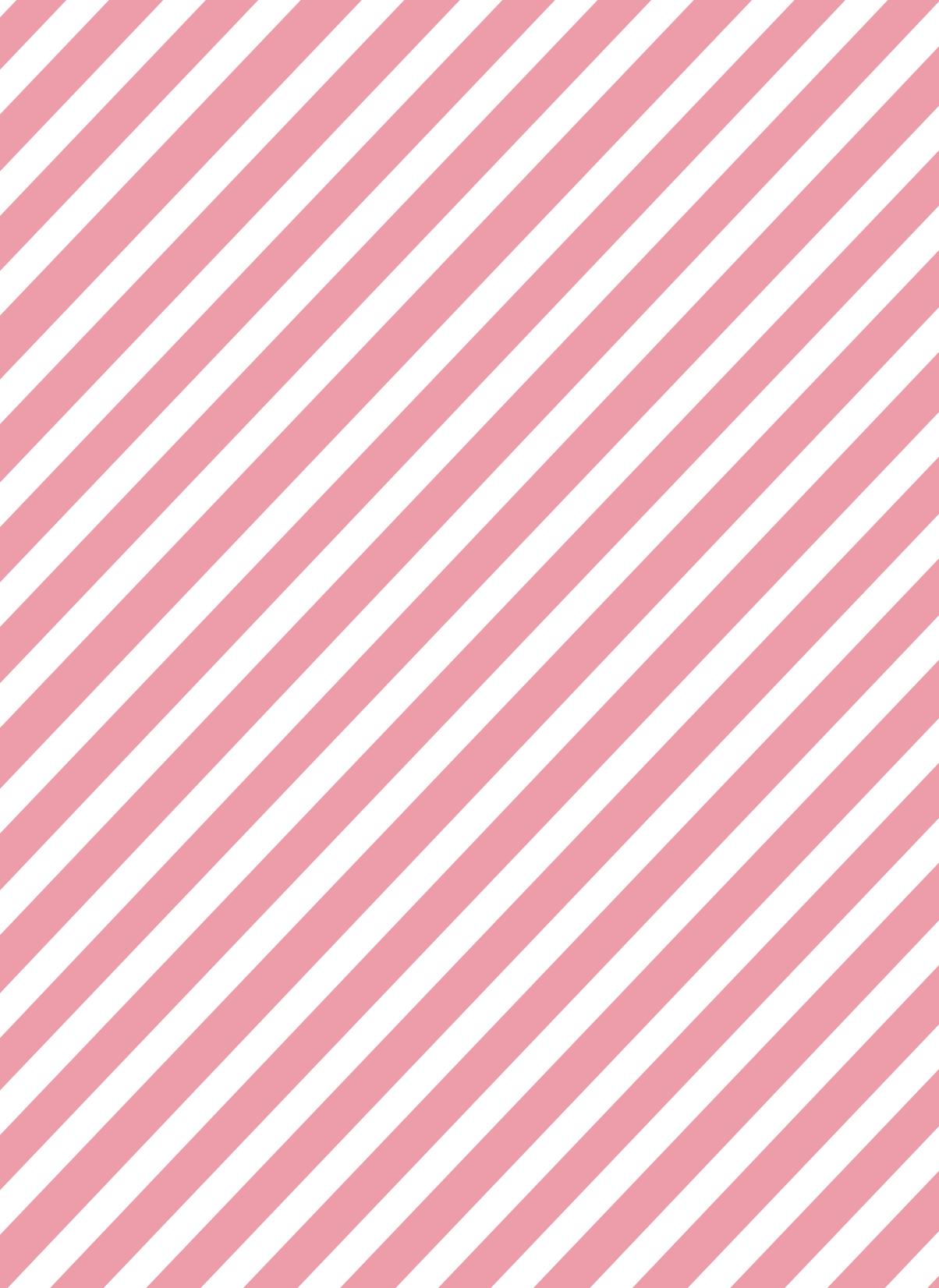
# 01

---

## HISTORIA DE LA COSMÉTICA COREANA

한국 스킨케어의 역사

---



**LO QUE SABEMOS AHORA SOBRE COSMÉTICA COREANA ES SOLO LA PUNTA DEL ICEBERG.** Su historia de éxito se remonta tantos siglos atrás que podría contarse como un cuento.

Hace muchos muchos años —tantos que ni podemos dar una fecha exacta—, la cosmética formaba parte del día a día de las costumbres de las diferentes tribus y culturas del mundo. Mientras que para unos se trataba de una forma de embellecerse, para otros era todo un ritual en el que el maquillaje simbolizaba protección frente a las diferentes amenazas del entorno.

**PARA LA SOCIEDAD TRADICIONAL COREANA, EL MAQUILLAJE Y LA COSMÉTICA HAN TENIDO SIEMPRE UN SIGNIFICADO MÁS PROFUNDO:** los coreanos creían que la apariencia física reflejaba el interior de cada persona. Es por ese motivo que tanto hombres como mujeres se han preocupado por presentar un buen aspecto durante siglos y han llegado a crear una cultura única en el mundo.

¡Apúntate esta anécdota para defenderte cuando alguien te tache de superficial por ser fan de la cosmética!

Ahora que hemos visto el porqué de la importancia de la cosmética en la cultura coreana, vamos a adentrarnos en la fascinante historia que se esconde detrás de ella.

La historia del maquillaje y la cosmética en Corea empieza durante la era de los Tres Reinos, que abarca más de 700 años (57 a. de C.-668 d. de C.). (Sí, ahora toca hablar un poco de historia, pero de la de verdad... Lo bueno es que luego no hay examen.) En esa época ya existían productos cosméticos y, por supuesto, envases que por aquel entonces estaban hechos en su mayoría de barro... ¿Qué sería de la cosmética coreana sin sus magníficos recipientes? El punto álgido de la cosmética se alcanzó durante la dinastía Goryeo (918-1392), cuando la gente empezó a interesarse por el cuidado personal y el aspecto físico. Además, Corea se abrió al comercio exterior, lo cual permitió que se introdujeran nuevos ingredientes y técnicas.

Después de la caída de Goryeo, se fundó la dinastía Joseon, un período durante el que se restringió el uso del maquillaje estridente, siguiendo los valores del confucianismo, para el cual, la clave está en buscar el equilibrio y no abusar. La abundancia y los extremos no son buenos y por eso se buscaba un uso del maquillaje mucho más natural. Pese a ello, durante esta época se crearon y desarrollaron diferentes tipos de envases para cosméticos y accesorios: cajitas

de porcelana blanca y azul, espejos, peines, pasadores para el pelo, etcétera.

Hagamos un pequeño paréntesis para volver a la actualidad. ¿En quién te fijas a la hora de inspirarte para maquillarte? Seguramente tengas una

modelo, o *youtuber* de referencia, ¿verdad? ¿Crees que ocurría lo mismo durante la dinastía Joseon? Pues sí. Las mujeres de la élite tenían por costumbre adaptar las tendencias que lucían las *gisaeng*, las mujeres artistas que se dedicaban a entretener a los reyes.

## CURIOSIDAD MIIN

### Corea le debe su nombre actual a la dinastía Goryeo o Koryo.

No obstante, no fue hasta el siglo XIX cuando la cosmética y el maquillaje se pusieron realmente de moda y se empezaron a consumir y a distribuir en masa. Nacieron nuevos estilos y productos, muchos de ellos inspirados en la cultura occidental.

**¿ADIVINAS CUÁL FUE EL PRIMER COSMÉTICO PRODUCIDO EN MASA EN COREA?** No, no fue ni la BB cream ni las mascarillas, sino el *Bakgabun* (o polvo de Park), creado en 1915: una especie de polvos translúcidos que fueron el *best seller* durante años. Ni se te ocurra buscarlos porque no los encontrarás, ya que se retiraron del mercado por su alto contenido en plomo, aunque no tardaron en salir alternativas con fórmulas mejoradas... ¡No esperábamos menos de los coreanos!

Durante la década de los años veinte, no hubo mucha innovación en la cosmética coreana, ya que los productos japoneses dominaban el mercado. De hecho, es complicado hablar de esta época que se alarga hasta los años cincuenta por la ocupación japonesa y por la guerra. La parte positiva es que en los años treinta nació la semilla de AmorePacific, una de las grandes empresas más importantes dentro del mercado de la cosmética y una de las más conocidas en todo el mundo.

**PERO ¿CÓMO LOGRÓ LA COSMÉTICA COREANA DESPEGAR DE LA PEQUEÑA PENÍNSULA ASIÁTICA Y CONVERTIRSE EN UN FENÓMENO INTERNACIONAL?** El furor por el *K-beauty* ha aterrizado en Occidente en la última década, y todo empezó con la BB cream. ¿Recuerdas cuando no tenías esta crema milagrosa en tu neceser?

Curiosamente, la BB cream es un invento alemán que se hizo extremadamente popular en Corea después de que varias marcas de cosmética perfeccionaran la fórmula para comercializarla en el país. Empezó a venderse en Estados Unidos en 2011 y llegó a España unos

meses después. Así, cabe decir que este producto fue el temblor que precedió a la avalancha de la cosmética coreana en el mundo occidental: el «lujo asequible» de las mascarillas faciales de un solo uso, los recipientes con divertidos diseños asiáticos e ingredientes innovadores como el extracto de baba de caracol o el veneno de abeja... ¿Cómo no íbamos a engancharnos?

En los años posteriores a la revolución de la BB cream empezaron a florecer tiendas online con su propia selección de productos *K-beauty*. Abrimos las puertas de nuestra primera tienda de MiiN en 2014, atraídos por los recipientes de crema de manos en forma de manzana, los espráis faciales en forma de conejito y las mascarillas con sus coloridos sobres... pero lo que nos convenció fueron los resultados de estos productos. Pues detrás del adorable *packaging* hay infinidad de ingredientes naturales tan eficaces como originales: polvo de carbón de bambú, nido de ave, algas... ¡casi cualquier ingrediente que puedas imaginarte! Está claro que la cosmética coreana ha llegado para quedarse. Cualquiera que pruebe la rutina de cuidado facial coreana (con diez pasos, ni más ni menos) se enamorará al instante. ¡Aprender a respetar, mimar y cuidar la piel es la esencia del *K-BEAUTY*!

---

# CÓMO NACE EL FENÓMENO *K-BEAUTY*

---

**LA COSMÉTICA COREANA ES MUCHO MÁS QUE UN FENÓMENO COMERCIAL; ES UN ESTILO DE VIDA.** Su rutina facial no son solo diez pasos que deben seguirse, sino que es todo un ritual, un arte. De hecho, además de por ofrecer productos buenos y bonitos, la cosmética coreana ha llegado hasta la cima porque tras ella se esconde toda una filosofía que puede aplicarse a muchos aspectos de la vida.

Para los coreanos, la belleza es algo muy importante y debe trabajarse también desde el interior, por lo que evitar que salgan imperfecciones en la piel es más importante que tapar las imperfecciones con maquillaje. De ahí que el tratamiento facial sea la parte fundamental y con más peso de toda la rutina.

**Tras la rutina de belleza coreana se esconde toda una filosofía que puede aplicarse a muchos aspectos de la vida.**

**LA CULTURA, LAS TRADICIONES Y EL ESTILO DE VIDA COREANOS REFLEJAN LA IMPORTANCIA QUE OTORGAN A LA BELLEZA.** Todo está cuidado hasta el más mínimo detalle, desde los espacios públicos hasta la manera de relacionarse con otras personas, por lo que el aspecto de la piel no podía ser menos.

Pero más allá de las costumbres culturales y del gusto por la belleza, hay otros factores que han hecho del *K-beauty* un fenómeno internacional. No podemos hablar de su éxito sin pasar por la popularidad del *K-pop* (música) y los *K-drama* (telenovelas). A medida que los cantantes y los actores coreanos se iban haciendo más conocidos en el mundo occidental —gracias a las redes sociales—, fue creciendo el interés del público general por los productos que utilizaban y las marcas que vestían las *celebrities* coreanas.

Gracias a internet y a los medios de comunicación nos llega el contenido y las modas de otros países más rápidamente, y a través de las redes sociales se crean tendencias y todo aquello susceptible de tener éxito se divulga a la velocidad de la luz. En Corea del Sur, la influencia de los grupos de *K-pop* y de los actores y las actrices de las series juveniles es tal que suelen protagonizar las campañas publicitarias de las principales marcas de cosmética. Es fácil encontrar sus caras en los envases de los productos, en los anuncios de televisión o en cualquier producto de *merchandising*. Son un referente, y su piel inmaculada la desean tanto los adolescentes como los adultos.

Otro factor determinante de su popularidad son los avances tecnológicos de la industria cosmética coreana, que ha conseguido desarrollar productos totalmente innovadores que no existían en otros mercados, como las mascarillas líquidas *patting splash*, los parches de hidrogel para ojos y labios, el maquillaje fluido en esponja (*cushion*), las mascarillas de tejido, etcétera. Todos ellos los hemos incorporado en nuestro día a día, pero no hay que olvidar que nacieron en Corea ya hace años. La innovación en el campo de la cosmética coreana llama la atención de todo el mundo, sobre todo de otras marcas occidentales que intentan adaptar estos formatos al mercado europeo y estadounidense. Además, la calidad de

los productos es muy alta y el precio, muy competitivo, lo cual ha contribuido a su repentina popularidad.

#### UNO DE LOS PRINCIPALES OBJETIVOS DE LAS MARCAS ES CAPTAR AL PÚBLICO MÁS JOVEN.

Por lo general, las coreanas empiezan a cuidarse desde una corta edad, puesto que es algo que suelen aprender de sus madres. Además, es fácil acceder a productos cosméticos desde una edad muy temprana, ya que hay marcas orientadas a un público joven (o muy joven), como Etude House, cuyo público objetivo son las jóvenes de aproximadamente quince años. El uso de estos productos en los *K-dramas*

y la influencia de las *celebrities* también adelantan la edad a la que empiezan a usarse los tratamientos cosméticos. De hecho, muchas marcas han tenido que bajar la edad de su consumidora objetivo de los cuarenta a los veinte años.

**La innovación  
en el campo de la  
cosmética coreana  
llama la atención  
de todo el mundo.**