

Año tras año, los españoles usan más protección solar, según Cosméticos24h

España es el 5º mercado europeo que más productos de perfumería y cosmética consume. Con un consumo per cápita en España de 150€/año. Por encima de la media Europea. Se consolidan los hábitos de vida saludables relacionados con la belleza y el bienestar: los productos para el cuidado de la piel y los de higiene personal son los que más se consumen

El sector de la cosmética abarca productos tan diversos como desde la pasta de dientes, pasando por los champús, hasta las cremas antiarrugas. Comprar cosmética solar se ha popularizado de manera muy notable.

De hecho, es un amplio sector que crece año tras año y que alcanzó en 6954 millones de euros. Lo que significa un consumo por Español de 150€ al año, algo más de los 137€/ años que se consume de media en Europa.

Dentro de todas las categorías cosmética que existen, los productos de las categorías de higiene personal y los de cuidado de la piel son los más consumidos por los españoles. Hasta un 52% del consumo se concentra en estos productos, lo que muestra que los hábitos de vida saludables están muy arraigados en la cultura española.

La importancia que los ciudadanos le dan al cuidado personal, se muestra en el amplio consumo de productos de higiene como son: los geles, champús o higiene dental (24%) y la protección de la piel (28%) en sentido más amplio, que va desde desde la hidratación, al cuidado anti-edad, pasando por la protección solar.

En este sentido, el consumo de productos para el cuidado del rostro se ha incrementado un 4% en el pasado ejercicio. En total, durante 2018, se vendieron 97 millones de unidades de estos productos.

Al mismo tiempo, la evolución del clima en 2018, y una llegada tardía del verano, incidió en la campaña de solares. El consumo se mantuvo en línea con el ejercicio anterior, destacando su crecimiento en el canal de farmacia (+2,3%), lo que refleja la sensibilidad de los consumidores hacia las recomendaciones y consejos sobre su uso que se dan en este canal, y que son fundamentales para reducir el envejecimiento cutáneo y aumentar la protección frente a la radiación solar.

Aumenta en un millón los hogares que compran cremas solares desde 2014

Cada vez se usa más cremas y protectores solares, dado que la preocupación por las agresiones solares, el cáncer, etc, hace que la población esté más sensibilizada con este tema. Por otro lado, la accesibilidad de estos productos ha sido clave para el crecimiento continuado y expansión internacional del mercado de protección solar en estos últimos años.

En este verano de 2019, en el que se prevé que siga la misma tendencia, dado que los días son cada vez más calurosos. La auditora Kantar Worldpanel recoge los principales datos sobre el uso de cremas solares en España, y estos muestran que 4,5 millones de hogares han comprado algún tipo de producto solar entre enero y junio de 2019. Según datos de Kantar Worldpanel, la sensibilización por los efectos adversos del sol es cada vez más alta entre los españoles, y se ve reflejada en que a día de hoy, hay un millón de familias más que han comprado productos solar desde 2014.

Dentro de una familia medía, esta creciendo el consumo de protectores solares en sus tocadores, pero realmente los hogares que tiene niños y otros familiares son los que aportan ayudan el crecimiento del mercado. Así pues, los hogares con niños llegan a consumir el 36% de la facturación del mercado, cuando hace apenas tres años suponía un 30%.

89,5% de todos los protectores solares comprados son de protección alta

Según Stanpa, la concienciación por los daños solares ha llegado a la población y se ha visto reflejada en el nivel de protección escogida. En los últimos meses el 89,5% de todos los fotoprotectores comprados son de protección alta, frente al 83,8% que suponían hace solo sólo tres años. Los protectores de nivel medio son el 6,6% de todas las ventas, y el 4% que resta corresponde a los productos de fotoprotección baja.

Cabe señalar que, a pesar de que se consuman más cremas solares y de que éstas lleven un mayor nivel de protección, esto no redonda en un mayor gasto en los hogares. Es más, los compradores han gastado 14,3 euros este año. Un euro y sesenta céntimos menos que durante 2014 (15,9€).

Para entender esta bajada en el precio medio de los protectores solares, hay que dirigir la mirada a los centros donde el consumidor ha adquirido estos productos, que son por orden de venta, las grandes superficies, con supermercados y discounters a en cabeza. Es el canal de compra que más ha crecido, lo que ha provocado que los precios se ajusten a la baja y que el comprador haya ahorrado dinero.

Las rutinas de protección solar están cambiando

Poco a poco y gracias a las campañas gubernamentales, se ha llevado a cabo un gran esfuerzo en concienciar a la ciudadanía sobre los efectos dañinos del sol. Está aumentando la prevención solar dentro del grupo de cuidado diario de la piel. Y actualmente hasta un tercio de las mujeres que usan cremas hidratantes de forma semanal, las usan con protección solar. Cuando solo hace dos años, esta cifra era del 24,7%. Esta cifra se reduce al 10,8% de los hombres, cuando se habla de cremas hidratantes con protección solar.

Al mismo tiempo que han aumentado los productos con protección solar entre las cremas diarias, también han aumentado en el último año la frecuencia con la que se usan estas cremas, llegando a la cifra de 7,2 veces a la semana, lo que hace una media de uso diario, cuando la cifra de 2016, era solo 6,2 veces a la semana.

Cuando se analizan las rutinas de uso en 8 países del mismo entorno, se observa que España es el segundo país con más usuarios de cremas hidratantes que incorporan protección solar. Solo queda

por delante Brasil, con un 34% de personas que usan estas cremas, e inmediatamente detrás, queda Reino Unido, donde un 23% de los usuarios de cremas hidratantes, las usan con fotoprotección. Del resto de países analizados, también cabría destacarse que mientras que en Francia este porcentaje no llega al 8% y los italianos no superan el 12% en este tipo de productos con hidratación y protección solar.

La categoría de Bronceado artificial, a tenor de los datos del mercado y diferentes estudios, parece haber perdido interés entre los españoles. Actualmente, los autobronceadores suponen menos de un 4,5% de entre todos los productos solares que se han vendido en el primer semestre del año. Esto supone una reducción de más de un 50% de reducción de cuota respecto a la influencia que tenían estos productos en el años 2014. Hoy en día menos de un 4% de las mujeres españolas usa de este producto durante la semana y no llega al 2% las mujeres que meten en su rutina semanal de belleza cremas hidratantes con color.

Datos de contacto:

cosmeticos24h.com

<https://www.cosmeticos24h.com>

966 200 728

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Industria Farmacéutica](#) [Viaje Infantil](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Belleza](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>