Aumenta el consumo de cosmética con Factor de Protección Solar, según Perfume´s Club

•Este 2013 se ha registrado un incremento considerable en el consumo de cosméticos que incorporan el Factor de Protección Solar.
•Las mujeres son cada vez más conscientes de los daños que puede llegar a ocasionar el sol en comparación con los hombres.

Publicado en **07011** el **07.08.2013 17:12:46** en **Sociedad**

E-mail Tweet Like +1 Share

Palma de Mallorca, 07 de agosto de 2013.- Este parece ser el año del cambio, incluido en lo que a cuidado de la piel se refiere, según constatan desde ***Perfume´s Club***, boutique online especializada en la venta de productos de cosmética y perfumería selectiva, después de registrar un importante incremento en la demanda de productos de cosmética y maquillaje que incluyen el Factor de Protección Solar (SPF, en sus siglas en inglés) en su composición.

Analizando el consumo registrado en los meses previos a la llegada del verano, las típicas fórmulas de cosmética, entre las que encontramos cremas para el contorno de ojos, hidratantes corporales y serums, siguen siendo los productos más demandados, pero con la particularidad de incluir el factor protección solar entre sus beneficios.

De este manera, Perfume´s Club ha logrado identificar un cambio importante en el comportamiento del español en cuanto a la concienciación del cuidado de la piel ya que se ha realizado una comparativa del consumo de productos solares en los mismos meses del 2012 y este se ha visto incrementado de forma considerable, aunque cabe destacar que son las mujeres las que tienen más en cuenta este detalle y son más fieles a una marca en particular, mientras que los hombres se decantan por la solución inmediata, optando por los productos habituales sin presentar ningún cambio importante en sus hábitos de consumo con la llegada del verano.

Protectores solares, cremas de día y noche, serums y bases de maquillaje de grandes firmas de cosmética, como Estée Lauder, Shiseido o Clinique, se encuentran entre las más buscadas.

Una de las categorías que más demanda ha presentado en los meses previos al verano es la de los anti-celulíticos, entre las que destaca con gran diferencia el Body Creator de Shiseido, que se llegó a agotar a las pocas horas de su colocación en la web. Este producto repite como rey en la categoría de cosmética por segundo año consecutivo para ambos mercados, masculino y femenino.

"Sin duda, cada vez nos hacemos más conscientes de los daños que el sol puede llegar a ocasionar a nuestra piel y, año tras año, se hace más evidente nuestra puesta en marcha para evitarlo haciéndonos con las armas de cosmética necesarias", **afirman los especialistas de Perfumesclub.com.**

Como parte final del estudio, se realizó un ranking de las ciudades españolas que mayor aumento de consumo de este tipo de productos ha registrado entre el 2012 y el 2013, entre las que encontramos a Madrid y Barcelona, seguidos por Valencia, Sevilla, Málaga y Zaragoza, entre otras.