



La cosmética también se formula en masculino

Recientemente incorporados al mercado de la cosmética como fieles consumidores, los hombres dedican cada vez más tiempo al autocuidado y se preocupan más por cubrir las necesidades de su piel. Que existan productos especialmente pensados para ellos es clave en el crecimiento del sector.

POR *Esperança Figuerola*, RESPONSABLE DE I+D DE NEFTIS LABORATORIOS

EL CUIDADO DE LA PIEL DE LOS HOMBRES

ha sido un foco de innovación y crecimiento en los últimos dos años, y está suponiendo una oportunidad de venta cosmética que, no solo crece, sino que parece ser la apuesta del sector para el futuro.

A día de hoy, el tamaño del mercado de cuidado personal para hombres a nivel mundial está valorado en 47.5 mil millones de dólares estadounidenses según un estudio de 2019, pero se espera que se expanda a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6.0% entre 2020 y 2027. Un aumento en las preocupaciones relacionadas con la salud, la imagen corporal, el aseo personal y la higiene entre los hombres son los factores clave que impulsan estos datos.

Y es que, según una encuesta realizada por Kantar en 2019, los hombres españoles son de los que más se cuidan, pero, además, mientras que el 24% de los hombres en todo el mundo afirman estar al día de las tendencias y modas para el

cuidado personal, entre los españoles este interés crece hasta el 34%.

En 2019 Asia-Pacífico fue el mercado que creció más rápidamente debido al aumento de la población y la expansión de la clase media, así como una creciente preocupación por la apariencia. Responsables de esto último son, entre otras cosas, las aplicaciones de redes sociales como Instagram y TikTok, que a través de sus contenidos ejercen presión sobre la piel clara, y empiezan a desafiar los estereotipos de género tradicionales.

EN ESTE SENTIDO, LAS PRIMERAS LÍNEAS COSMÉTICAS ESPECÍFICAMENTE MASCULINAS

fueron desarrolladas para dar respuesta a tratamientos típicos del varón (calvicie, acné, afeitado, etc.). Sin embargo, hoy en día la motivación masculina por el cuidado personal es mucho más amplia.

En la actualidad, la imagen de los hombres perpetuada por la industria de la belleza, las fragancias y la moda está generalmente

desfasada: distante, sin emociones, físicamente fuerte y siempre bajo control. Los hombres del siglo XXI abogan por un cambio de imagen más diversa y reinventar este estereotipo dañino podría suponer una gran oportunidad para el sector. Retratar una masculinidad moderna animando a los hombres a ser vulnerables y expresivos o, simplemente, presentar versiones positivas de la masculinidad, serían grandes ejemplos de ello. Por ahora, algunas marcas, como Dove y Gillete, ya lo están trabajando. Aunque el cambio no será tarea fácil, la estrategia - del cómo debe o no debe ser un hombre- siempre puede generar seguidores y detractores y, seguramente, esto último es lo que más temen las marcas.

Los hombres suelen ser más pragmáticos que las mujeres a la hora de seleccionar un cosmético, y por ello buscan tratamientos multifuncionales, que sean de rápida absorción, de texturas ligeras, poco perfumados y de fácil aplicación. Asimismo, al igual que pasa con la

cosmética femenina, se deben tener en cuenta movimientos que han venido para quedarse, como son el “*clean beauty*” o las consideraciones éticas en el uso de envases respetuosos con el medio ambiente.

LAS MARCAS DEBEN CONOCER LAS

NECESIDADES de sus consumidores masculinos.

Pese a las diferencias en las características de la piel entre hombres y mujeres, los problemas cutáneos están igualmente condicionados por el envejecimiento, la forma de vida, el cansancio, las condiciones ambientales, la alimentación, los problemas de salud y los malos hábitos como el sedentarismo, el alcohol o el tabaco.

Aunque la cosmética femenina y la masculina busquen un mismo objetivo, las marcas deben tener claro que las características de la dermis masculina conllevan la formulación de cosméticos específicos para ellos.

Características fisiológicas clave de la piel del hombre

- Es más gruesa que la femenina, alrededor de un 20-25%.
- Tiene más colágeno y elastina, y por eso es más compacta y firme.
- Tiene un mayor número de glándulas sebáceas y, por tanto, tiende a padecer más acné.
- La zona de las mejillas y el cuello, por el afeitado, tienen una mayor tendencia a la deshidratación, irritación y sequedad.



- La piel masculina tiene un pH inferior a la femenina, y eso la hace más propensa a las impurezas y algunas dermatitis.
- La piel del hombre envejece más tarde que la de la mujer, pero los cambios se producen más rápidamente y las arrugas son más profundas.
- La piel del hombre suele sudar más porque tiene más folículos pilosos.

La diferencia de edad también supone para los hombres elegir unos u otros cosméticos. Por ejemplo, en el caso de los jóvenes *millennials*, ellos tienen mucho más integradas las rutinas de cuidado de la piel, como la hidratación, el cuidado del acné, el afeitado e, incluso, algunos empiezan a atreverse con el maquillaje. En cambio, los hombres mayores de 40 años dan más valor al tratamiento de problemas específicos como puede ser la caída del cabello relacionada con el paso del tiempo.

En Neftis Laboratorios deseamos que crezcan las marcas que transmitan al mercado masculino la importancia de cuidarse para sentirse bien, ofreciendo nuestra línea de productos cosméticos pensada especialmente para el tratamiento facial de las pieles masculinas.

• **Exfoliante (NEF65.02)**

Este exfoliante sin aclarado está específicamente diseñado para eliminar las células muertas de la piel, reducir las manchas, tratar los poros dilatados y mejorar la hidratación de la dermis.

Su fórmula rica en ácido salicílico es de acción rápida

y se absorbe fácilmente en la piel, favoreciendo la eliminación de las células muertas, la regulación del sebo y la desobstrucción de los poros. Se complementa con ectoína, un activo natural con alta capacidad protectora y reparadora que garantiza que la piel se mantenga bien hidratada y suave. Este exfoliante se aplica con la ayuda de un algodón y no es preciso que sea retirado después.

• **After-shave (NEF700.12)**

Esta loción calmante de textura ligera y con efecto “*quick-break*” está enriquecida con fermento de *bifidus* para fortalecer las defensas de la piel y mantener su confort. El *after-shave* alivia e hidrata la piel irritada, aporta una sensación de frescor duradera y es de rápida absorción porque su fórmula no es grasa y no contiene alcohol.

OTRA OPCIÓN EN LA VARIEDAD DE PRODUCTOS

para el cuidado del cutis masculino que ofrece Neftis Laboratorios son las mascarillas de arcilla:

- Vitamina C (NEF660.04) para iluminar la piel en un tiempo récord,
- Ácido glicólico (NEF677.01) para alisar la piel y regular la producción de grasa
- Ácido láctico (NEF690.02) para hidratar la piel en profundidad ●