Redefiniendo la **innovación en *skincare*** rayo a rayo

El crecimiento de la categoría, la evolución del consumidor y el desafío de desarrollar fórmulas innovadoras, sensoriales y multifuncionales están convirtiendo la fotoprotección en una de las mayores oportunidades para las marcas de cosmética.



Por *David García Simancas*, General Manager at Laboratorios Ximart, S.A.



DEL PRODUCTO ESTACIONAL AL HÁBITO DIARIO

La protección solar ya no es una categoría estacional. Es uno de los segmentos con mayor potencial de crecimiento y una de las mayores oportunidades de innovación para las marcas de cosmética.

Los datos confirman esta evolución. Según STANPA, el consumo de productos de protección solar en España ha aumentado un 55 % desde 2020, y el 78 % de los españoles afirma hoy priorizar la protección de la piel frente al bronceado. La categoría mantiene además un crecimiento sostenido en todos los canales, reflejando un cambio de hábitos y consolidándose como una de las áreas más dinámicas del *skincare*.

Este crecimiento responde a un cambio cultural:

Una mayor concienciación del consumidor, consciente de los efectos nocivos de la radiación ultravioleta sobre la piel durante todo el año y cada día, sea o no verano, incluso en entornos urbanos o durante los meses más fríos.

Un nuevo hábito de consumo, ya que ya son muchos los que consideran el protector solar como su mejor aliado, como el mejor producto *antiaging*. El consumidor ya no compra protección solar, compra prevención y entiende el SPF como un gesto cotidiano en su rutina de cuidado personal.

EL SPF HA PASADO DE ASOCIARSE AL VERANO A CONVERTIRSE EN UN ELEMENTO IMPRESCINDIBLE EN LAS RUTINAS DE *SKINCARE*

Para las marcas, este nuevo escenario supone una oportunidad para innovar y crecer. Y para los laboratorios especializados en formulación, representa el reto de diseñar soluciones que combinen eficacia, sensorialidad y una experiencia de uso capaz de fomentar la aplicación diaria. Un reto que exige un elevado conocimiento en formulación, selección de materias primas y desarrollo de sistemas capaces de equilibrar protección, estabilidad y sensorialidad.

Para los laboratorios especializados en formulación cosmética, la innovación en protección solar ya

no consiste únicamente en alcanzar un determinado nivel de SPF, sino en desarrollar fórmulas capaces de integrarse de forma natural en la rutina diaria del consumidor, combinando eficacia, sensorialidad y facilidad de uso.

EL CONSUMIDOR HA CAMBIADO, LA PROTECCIÓN SOLAR TAMBIÉN

Durante años, el protector solar cumplía una función muy concreta: proteger la piel durante la exposición al sol. Hoy esa realidad ha cambiado.

Ya no basta con ofrecer una alta protección frente a la radiación UV. Los consumidores buscan productos capaces de aportar beneficios adicionales a la piel y capaces de integrarse en su día a día de forma cómoda y placentera. Buscan fórmulas que, además de proteger, hidraten, aporten confort, ayuden a mantener la función barrera de la piel y ofrezcan una experiencia cosmética agradable.

La innovación se traslada hacia productos multifuncionales y formatos cada vez más versátiles. *Sticks* para reaplicación invisible, protectores con color, fluidos ultraligeros efecto *glow*, maquillaje con protección solar o soluciones específicas para distintas zonas del cuerpo, cuero cabelludo o tatuajes son algunos ejemplos de cómo la categoría continúa evolucionando para adaptarse a diferentes momentos de uso y estilos de vida.

El consumidor ya no compara un protector solar únicamente con otros protectores solares. Lo compara con el resto de productos de *skincare*. Y espera la misma sensorialidad.

Este cambio obliga tanto a las marcas como a los laboratorios formuladores a replantear el desarrollo de este tipo de productos. Alcanzar un SPF elevado es solo una parte del proceso; el verdadero reto consiste en crear fórmulas que combinen protección, tratamiento y una experiencia de uso capaz de favorecer la aplicación diaria. Porque el éxito de un fotoprotector no depende únicamente de su nivel de protección, sino de que el consumidor quiera incorporarlo a su rutina los 365 días del año.

EL LABORATORIO: UN SOCIO ESTRATÉGICO PARA INNOVAR

En un mercado cada vez más competitivo, fabricar un producto con protección solar va mucho más allá de formular una emulsión con un determinado nivel de SPF. Y es que, desde el punto de vista de la formulación, crear un producto de protección solar continúa siendo uno de los mayores retos para la industria cosmética.

La selección de filtros solares constituye uno de los aspectos más complejos del proceso de desarrollo. La elección adecuada de filtros físicos y químicos, su estabilidad frente a la radiación, la compatibilidad entre ellos y su integración dentro de la emulsión determinan no solo el nivel de protección alcanzado, sino también la estabilidad global de la fórmula. Y es que equilibrar eficacia, estabilidad, sensorialidad y compatibilidad con otros ingredientes cosméticos son factores que requieren un profundo conocimiento técnico y una amplia experiencia en I+D.

En este contexto, disponer de una amplia capacidad de formulación y desarrollo resulta fundamental para responder a las necesidades específicas de cada marca. La combinación de conocimiento técnico, experiencia en I+D y una comprensión de las tendencias del mercado permite acompañar el desarrollo de nuevos productos desde la conceptualización hasta su fabricación, dando lugar a formulaciones competitivas y adaptadas a las demandas del consumidor.

CUANDO LA EXPERIENCIA TAMBIÉN PROTEGE

La cosmética siempre ha sido una disciplina profundamente ligada a las emociones. Más allá de su eficacia objetiva, un producto cosmético es capaz de despertar recuerdos, transmitir sensaciones de bienestar y convertir un gesto cotidiano en un pequeño momento de autocuidado.

La protección solar no es una excepción. De hecho, probablemente sea una de las categorías donde la experiencia sensorial tiene un mayor impacto sobre la adherencia al tratamiento. El mejor protector solar no es necesariamente el que ofrece el SPF más elevado, sino aquel que el consumidor desea aplicar cada mañana porque disfruta utilizándolo.

Durante mucho tiempo, los protectores solares estuvieron asociados a texturas densas, acabados brillantes, sensación pegajosa o el conocido efecto blanquecino sobre la piel. Aunque cumplían correctamente su función protectora, muchas personas evitaban utilizarlos de forma continuada precisamente por estas características sensoriales nada agradables.

En la actualidad, su formulación se centra en mejorar la experiencia del usuario y generar un momento de bienestar con su aplicación.

INNOVAR PARA CONVERTIR LA PROTECCIÓN EN UNA EXPERIENCIA

En este contexto, la innovación en protección solar ya no se mide únicamente por el nivel de protección que ofrece una fórmula, sino también por la experiencia que proporciona durante su aplicación. El desafío para los laboratorios consiste en desarrollar productos que combinen una alta eficacia frente a la radiación UV con texturas ligeras, acabados invisibles y



una aplicación cómoda que favorezca su uso continuado.

La sensorialidad se ha convertido así en un elemento diferenciador. Aspectos como la facilidad de extensión, la rapidez de absorción, el acabado sobre la piel o el aroma condicionan la percepción del producto y contribuyen a mejorar la adherencia a la rutina de fotoprotección.

Aunque cada tipo de piel presenta necesidades específicas, existe una demanda común: protectores solares ligeros, sin efecto blanquecino ni sensación grasa, compatibles con el maquillaje y fáciles de reaplicar a lo largo del día.

El sentido del olfato mantiene una estrecha relación con la memoria emocional. Un determinado aroma puede evocar un lugar, un momento o una sensación de bienestar casi de forma inmediata. En cosmética, esta capacidad adquiere un enorme valor, ya que convierte la aplicación de un producto en una experiencia única.

Aunque el perfume nunca debe comprometer la tolerancia cutánea ni la seguridad de la formulación, su adecuada integración contribuye a reforzar la percepción de calidad y transforma un gesto cotidiano en un momento de cuidado personal.

Del mismo modo, un acabado sedoso, una rápida absorción o una sensación de confort prolongada favorecen que el consumidor incorpore el producto de forma natural a su rutina diaria.

La cosmética no solo responde a necesidades funcionales; también conecta con las emociones. Esa combinación entre ciencia y experiencia es, probablemente, uno de los factores que mejor explica la evolución que está viviendo la protección solar.

UNA CATEGORÍA QUE SE HA CONVERTIDO EN UNA OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA PARA LAS MARCAS

La consolidación del uso diario del SPF está impulsando una profunda transformación del mercado cosmético.

Esta nueva realidad ofrece interesantes oportunidades tanto para grandes compañías como para marcas emergentes que buscan ampliar su portfolio con productos de alto valor añadido. Ya no se trata únicamente de desarrollar un protector solar, sino de crear soluciones adaptadas a diferentes perfiles de consumidor, tipos de piel y momentos de uso.

La tendencia hacia rutinas de belleza más sencillas y eficaces está impulsando el desarrollo de productos multifuncionales que combinan protección solar con beneficios propios del *skincare*, como hidratación, acción antioxidante, efecto antiedad o protección de la función barrera. Este enfoque permite a las marcas construir líneas completas que acompañan al consumidor durante todo el año y aportan un mayor valor diferencial.

Responder a esta demanda exige un elevado conocimiento en formulación.

En este contexto, el laboratorio deja de ser únicamente un fabricante para convertirse en un socio estratégico para las marcas. La experiencia en formulación solar, el conocimiento de las materias primas, el dominio de las tecnologías de emulsión y una apuesta constante por la investigación y el desarrollo resultan esenciales para desarrollar productos innovadores, eficaces y adaptados a un mercado en constante evolución.

En este escenario, los laboratorios especializados desempeñan un papel cada vez más estratégico, aportando conocimiento científico, capacidad de desarrollo y experiencia en formulación para ayudar a las marcas a transformar las nuevas demandas del mercado en productos innovadores y competitivos. En este ámbito, **Laboratorios Ximart** trabaja acompañando a las marcas desde el diseño de la formulación hasta la fabricación industrial, con un enfoque orientado a combinar rigor técnico, innovación y experiencia sensorial.

Las marcas todavía tienen mucho recorrido en esta categoría

TU LÍNEA SOLAR

a medida

Elige tu formato y te enamorará su textura



Laboratorios
XIMART S.A.
Your beauty inspires us

VISÍTANOS EN PRIVEL

PABELLÓN 14 • STAND 14F14