

Los hombres buscan productos que ahorren tiempo en sus rutinas diarias de cuidado personal

Según un estudio elaborado por los expertos de Wilkinson: El 62% elige la rapidez entre las características que deben tener los productos de belleza y cuidado. Las mujeres siguen ocupándose del cuidado masculino: el 40% de las maquinillas para el hombre son elegidas por mujeres

Según los expertos, el futuro del cuidado masculino pasa por los looks evolutivos o aquellos que llevan al hombre a cambiar varias veces de aspecto al año. Las barbas y bigotes dejan paso a otras tendencias más variables en todas las generaciones y rango de edades.

Sus looks cambian en función de las tendencias, pero lo que los hombres sí tienen claro es que sea cual sea su imagen en sus rutinas diarias de cuidado personal quieren ahorrar tiempo y encontrar aquellos productos que les ayuden a agilizar estos procesos.

Un look más natural y menos tiempo de cuidado son algunas de las tendencias actuales dentro de la belleza masculina, según recoge un estudio elaborado por la marca de productos de afeitado Wilkinson.

El 62% de los hombres encuestados elige la rapidez entre las características que deben tener sus productos de cuidado y belleza, y entre ellos también los de afeitado. Una opción que es elegida en todos los grupos de edad: tanto los millenials como los de la generación X y los mayores de 55 años quieren ahorarr tiempo a la hora de cuidarse.

"Afeitado una vez por semana"

La frecuencia de uso de productos de afeitado entre los hombres españoles sigue siendo de al menos una vez por semana. Los hombres españoles siguen preocupándose por su cuidado diario facial y corporal, sin embargo, han querido reducir el número general de productos que utilizan de manera diaria. La tendencia masculina es simplificar los procesos, hacerlos más sencillos y ágiles.

En el caso del afeitado, los hombres de todas las generaciones apuestan, además, por productos que les permitan un rasurado completo - que se adapte a las distintas partes del cuerpo - y que cuenten con cuchillas de larga duración, entre los principales valores.

Los mayores de 55 años son el único grupo de edad que no han simplificado sus rutinas de cuidado, aunque sí han optado por reducir el tiempo que pasan ocupándose de su cuidado personal.

"Las mujeres adquieren los productos de cuidado masculinos"

Las mujeres son las que se encargan, en muchos casos, de la selección de productos de cuidado

masculino. Cuatro de cada diez cuchillas de hombre son adquiridas habitualmente por mujeres.

Afeitarse es una de las primeras actividades realizadas de manera tradicional por el hombre al iniciar su día. Sin embargo, el hecho de que los hombres cada vez sigan más las tendencias de belleza ha hecho que modifiquen ligeramente sus horarios y rutinas de belleza. El número de hombres que aseguraban afeitarse durante la mañana se ha reducido en los últimos cinco años cerca de un 1,3%.

Hydro 5 Sense de Wilkinson: un afeitado más suave para cada hombre

Datos de contacto:

Juan Luis Benomad
911104256

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

Categorías: [Nacional Consumo Belleza](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>