Industria

# Freshly Cosmetics acelera su apuesta internacional

Logra 19 millones de Blossom Capital para invertir en I+D y crecer en el exterior. El viernes abre en Londres su primera tienda fuera.

Miquel Antolín y Mireia Trepat, cofundadores de Freshly Cosmetics.
FOTO: CEDIDA

N. PEREZ
REUS

Si hay algo que ha tenido claro desde su nacimiento en febrero de 2016, la empresa reusense Freshly Cosmetics ha sido su intención de revolucionar el mundo de la cosmética. Y en apenas cinco años, sus productos, naturales y veganos, han cautivado a más de un millón de clientes en toda Europa e incluso China, donde desde este verano están presentes a través de Tmall Global, el marketplace en línea transfronterizo líder en China que forma parte de Alibaba Group. Pero sus planes de expansión internacional no se detienen ahí y acaban de cerrar una ronda de inversión serie A de casi 19 millones de euros con el fondo británico Blossom Capital. Una inyección de capital que quieren destinar a dos cosas: apuntalar su expansión internacional y seguir invirtiendo en I+D para crear nuevos productos y envases aún más respetuosos con el medioambiente. De hecho, todas las fórmulas de Freshly Cosmetics contienen más del 99% de ingredientes de origen natural, y ninguna de sus formulaciones ni ingredientes se testean en animales. Asimismo, el 95% de sus envases son de vidrio, aluminio y kraft 100% reciclables, al tiempo que ya trabaja con nuevos materiales, como los tubos de cartón que ha implantado en algunos de sus productos, convirtiéndose en una de las primeras empresas a nivel mundial en introducirlos. «Nuestra estrategia es seguir innovando y que las personas que confían en Freshly Cosmetics sigan percibiendo lo diferente que vemos el sector cosmético», comenta Mireia Trepat, cofundadora.

Una de las primeras muestras de su aceleración en la internacionalización será la apertura de su primera tienda física fuera de nuestro país, y lo hará con la nueva Freshly Store London, el próximo viernes 19 de noviembre. El establecimiento cuenta con un superficie total de 85 metros cuadrados que se reparten en dos plantas. Se trata de la segunda apertura de tienda de la compañía a lo largo de este año, tras la inauguración en Valencia el pasado octubre, que se suman a las tiendas de Barcelona, puesta en marcha en 2019, y Madrid, en 2020.

### Origen en la URV

El origen de Freshly Cosmetics está conectado con la Universitat Rovira i Virgili. Con 23 años, Miquel Antolín y Mireia Trepat, que estaban estudiando ingeniería química, se dieron cuenta de que no querían dedicarse al sector químico. Hacía tiempo que buscaban un nicho de mercado en el cual entrar y desarrollar su proyecto profesional. Y su fuente de inspiración la tenían cerca: Mercè Civil, madre de Miquel, hacía más de cuatro años que elaboraba pastillas de jabón naturales en casa que no comercializaba sino que regalaba a familiares, amigos y conocidos en Batea. Siguiendo sus pasos, investigaron sobre el mercado de la cosmética natural y se dieron cuenta de que la cosmética tradicional necesitava un cambio. Fue así cómo surgió la empresa, nacida a principios de 2016 y que cerró su primer ejercicio con siete trabajadores. Seis años después la compañía pretende alcanzar este 202 una facturación que ronde los 55 millones de euros y 250 empleados, entre sus cinco centros de trabajo: las oficinas centrales (Freshly Park) en Reus, las tres Freshly Store en Barcelona, Madrid y Valencia y el centro logístico de Gandesa que será ampliado con dos parcelas que suman casi 14.000 metros cuadrados que eran propiedad del Incasòl, en las que están invirtiendo 4 millones de euros y en las que prevén crear hasta 150 puestos de trabajo.

Es una marca con ADN digital desde sus orígenes. Nacieron gracias una campaña de *crowfunding* en la plataforma Kickstarter y hasta 2019, cuando abrieron su primera tienda física en la Ciudad Condal vendían exclusivamente a través de su canal on-line.

**El apunte**

### En China, a través de Alibaba Group

● Freshly Cosmetics empezó a vender en China el pasado verano a través de Tmall Global, el marketplace en línea transfronterizo líder en China que forma parte de Alibaba Group. Es un portal con más 800 millones de consumidores y miles de marcas de todo el mundo que venden a China gracias al servicio cross-border.

La venta en China supone un desafío logístico para la compañía. Freshly Cosmetics envía los artículos preseleccionados desde el Centro Logístico de Gandesa hasta el almacén de Cainiao de Alibaba, a la ciudad china de Ningbo. De Ningbo se reparten por todo el país asiático.

Con el modelo transfronterizo de Tmall Global no hace falta registrar los productos cosméticos en China ni testearlos allí. La venta se basa en las peticiones del mercado local.

Antes de desembarcar en el mercado chino, Freshly Cosmetics hizo un pequeño estudio de mercado. 26 consumidores chinos, de entre 20 y 40 años, probaron diez de los productos Freshly durante una semana. También iniciaron una estrategia de redes sociales para situar la marca, como ha conseguido en Europa. La compañía hizo a prescripción con perfiles a las redes más importantes de China: Little Red Book, WeChat, Douyin (TikTok fuera de China) y Weibo. Además, se ha tenido en cuenta a influenciadores chinos e internacionales.

Font: biblioteca.tortosa.cat