

# LAVANGUARDIA

Entrevista PERE TORRENTS CEO BEAUTY EMOTIONS

## “Beauty Emotions despierta tus sentidos”

Beauty Emotions es una compañía especializada en el desarrollo, fabricación y distribución de productos cosméticos y de higiene personal que generen nuevas emociones a los consumidores. Su amplia gama de aceites corporales, geles y champús con fragancias frescas, envolventes y novedosas despiertan los sentidos y las emociones de muchas mujeres del mundo.

**Beauty Emotions es una empresa muy joven pero ha sabido hacerse un hueco importante en el mercado. ¿Cómo lo ha conseguido?**

Gracias a la larga experiencia adquirida, trabajando en multinacionales de gran consumo y viajando por todo el mundo en búsqueda de ideas que me inspiraran. La clave era encontrar un producto sencillo, con brillo y que se diferenciara del resto evocando sensaciones únicas, diferentes, que lleguen al consumidor como algo verdaderamente nuevo. Intentamos además no entrar a competir directamente con las grandes marcas o las marcas blancas, ya que nuestros medios no tienen nada que ver con los de una multinacional. Beauty Emotions tiene que ser una empresa que realmente cree emociones en el mundo “beauty” y se nos reconozca por ello. Queremos crear nuestro nicho a nivel mundial.

**¿Cómo están las perspectivas para la exportación de productos de gran consumo a nivel global?**

Actualmente hay mercados más receptivos a nuevas marcas que otros. Sin embargo nos tienen en buena consideración en cuanto a calidad e imagen al mismo nivel de países como Francia, Italia o Alemania. La zona asiática, Centro y Sur América y África son los mercados más abiertos a incorporar novedades que vengan de Europa. El mercado europeo es muy maduro, conservador y poco abierto a pruebas a excepción de los países bálticos, los Balcanes o Escandinavia. Otros grandes países como pueden ser Rusia o Turquía se ven afectados por fluctuaciones en sus monedas que nos impiden entrar con precios competitivos para el consumidor final.

**¿En qué consiste el portafolio de productos cosméticos de BE?**

Con la marca Naturalium hemos des-

arrollado la línea Fruit Pleasures que consiste en Gel de Baño, Loción Corporal, Champú con Acondicionador y recientemente con Body Mist, en 6 fragancias espectaculares que huelen a fruta fresca de verdad y con sabor a melocotón, coco, mango, manzana verde, melón y fresas. Y ahora con Lovium acabamos de presentar el primer Aceite Perfumado para cuerpo y cabello en 3 fases del mercado mundial, una innovación con 5 fragancias sensuales que serán una revolución en el mercado corporal y capilar.

**¿Cosmética emocional?**

Es aquella que nos proporciona un mayor bienestar y nos genera un hábito más saludable, un estado que todo ser humano busca encontrar (y en ocasiones cuesta mucho), la autoestima. Nuestras marcas quieren ayudar a encontrar este equilibrio y que todas las personas aprendan a escuchar a sus necesidades emocionales. Al final uno busca sentirse especial, para uno mismo y para los demás, y nuestras fragancias están hechas para que cada olfato pueda experimentar sensaciones totalmente diferentes y únicas.

**Beauty Emotions posee productos de primerísima calidad, ¿qué importancia tiene el ofrecer una imagen atractiva de los mismos?**

Buscamos la simplicidad, la naturalidad, la honestidad en el aroma y las fragancias, siempre pensando en el consumidor final. Nuestros productos se diferencian del resto con conceptos claros e innovadores y un packaging con el que nuestro consumidor sea capaz de identificarnos con solo vernos. No nos podemos permitir ser uno más en un mercado tan competitivo y con multitud de productos. Pero siempre teniendo en cuenta que la calidad es muy importante para que los consumidores repitan.



# naturalium®



[www.naturalium.com](http://www.naturalium.com)

**¿Las fragancias de sus productos son un elemento fundamental?**

Nuestros productos están pensados para una compra emocional y de im-

pulso. La parte emocional del cerebro hace que el olor sea mucho más relevante que el formato o el precio. De este modo no sólo te diferencias, sino que evitas que te comparen con el resto de competidores ya que aportas aromas totalmente únicos.

**¿Cómo describiría a la mujer consumidora de los productos de Beauty Emotions?**

Moderna, emprendedora, profundamente femenina y sensual, que aconseja y se deja aconsejar, que busca el placer en el uso de sus productos de cuidado personal. La mujer independiente de hoy en día no sólo busca gustar a los demás sino que quiere especialmente gustarse a sí misma, esto le otorga una seguridad que las hace aún más fuertes.

**Ustedes siempre han tenido un pie puesto en el mercado internacional. ¿Todas las mujeres del mundo se mueven por los mismos valores?**

La mujer de hoy en día, independientemente de la cultura o país, se muestra cada vez más exigente en su cuidado diario y a toda mujer le gusta sentirse especial y diferente cada día! Con nuestra variedad de gama cubrimos la mayoría de preferencias olfativas que les atraen.

**Su infraestructura como empresa es fundamentalmente comercial, ¿en quién confían para el desarrollo del negocio?**

Contamos con un pool de colaboradores especialistas de alto nivel (fabricantes, laboratorios, agencias de marketing, abogados y asesores financieros) con los que trabajamos a diario que nos permite centrar nuestros esfuerzos en la venta, elemento clave para la evolución del negocio. Todo ello favorece a tener una menor estructura y poder salir al mercado con productos de mucha calidad y a la vez muy competitivos a nivel precios.

**¿Qué objetivos se han marcado para este año 2015?**

Afianzar nuestra presencia en los mercados en los que ya hemos entrado, y seguir aumentando la distribución en países donde aún no estamos presentes. Nuestro enfoque es incorporar continuamente productos novedosos que sorprendan al gran público. Todo ello, por supuesto, aplicando la máxima pasión y compromiso, como hasta ahora hemos venido haciendo.



[www.lovium.es](http://www.lovium.es)

[www.beautyemotions.es](http://www.beautyemotions.es)