

JULIA CHACÓN, CEO Y FUNDADORA DE LUXMETIQUE

“Luxmetique nace con la innovación por bandera y propone fórmulas eficaces basadas en la ciencia”

JULIA CHACÓN FUNDÓ EN 2016 EL LABORATORIO DE NUTRICOSMÉTICA AVANZADA QUE A DÍA DE HOY OCUPA EL Nº1 EN LA CATEGORÍA ANTIEDAD EN EL MERCADO FARMACÉUTICO ESPAÑOL, GRACIAS A SUS PRODUCTOS BASADOS EN LA CALIDAD, LA CIENCIA Y LA INNOVACIÓN.



En enero de este año, Luxmetique daba a conocer los resultados de una encuesta online sobre el mercado de la nutricosmética, un segmento que cada vez gana más adeptos en España, aunque está lejos todavía de la penetración que tiene en otros países: alcanza el 80% de los asiáticos y el 70% de los estadounidenses, mientras que, en Europa, sus adeptos se quedan en el 40%.

En España, sin embargo, solo un 28% de los consumidores cuidaba de su salud confiando en los suplementos dietéticos. Hasta que llegó la pandemia y, con ella, un enorme salto cuantitativo. Datos de 2022 revelan que ya

un 59% de los españoles conoce la nutricosmética, mientras que un 45% de las mujeres de entre 25 y 70 años la ha utilizado alguna vez. Y cabe señalar que cada vez la gente joven está empezando a consumirla más pronto.

Luxmetique, primera marca de nutricosmética avanzada

De la enorme evolución que han experimentado los productos de este segmento del cuidado personal ha sido testigo excepcional Luxmetique, primera marca de nutricosmética avanzada. Detrás de la firma se encuentra **Julia Chacón**, su CEO y fundadora, cuya pasión por el mundo de la belleza la inspiró para crear Luxmetique. *“Observé que los rituales cosméticos eran cada día más complejos y no cubrían las necesidades de la piel para un cuidado integral”*, explica. Es por eso que *“Luxmetique nace con la innovación por bandera y propone fórmulas eficaces basadas en la ciencia para tratar el problema desde el origen con rutinas in&out más completas”*, asegura su CEO. Gracias a su filosofía del cuidado integral de las personas, desde dentro hacia fuera, tratando el problema en su origen y ofreciendo resultados realistas y visibles a corto plazo, Luxmetique presume de llevar ocho años de crecimiento continuado, desde su fundación en 2016.

2022 lo cerraron con un 60% de crecimiento. 2023, con un 30%. Ahora, están empezando a entrar en otros países; eso sí, sin perder la estrategia, que es *“fórmula de calidad”*. En España están presentes en unas 1.300 farmacias. Un éxito que Julia Chacón relaciona directamente con los valores fundamentales de la marca española: calidad, ciencia e innovación. *“El principal valor de Luxmetique reside en el foco principal de nuestra compañía: la investigación científica”*, remarca la emprendedora. Bajo su punto de vista, *“el desarrollo de fórmulas eficaces con resultados medibles y visibles en el corto plazo es la identidad de nuestro laboratorio, y el aval científico de activos y productos terminados, nuestra razón de ser”*.

Además, Julia Chacón expresa su orgullo por ser una marca 100% española. *“Nuestra planta de fabricación Rioja Nature Pharma, situada en La Rioja, acaba de ser objeto de una profunda reconversión, que le ha hecho convertirse en una de las fábricas de nutricosméticos más importantes de Europa”*, explica.

Entre otros hitos, Luxmetique se ha convertido en el laboratorio de nutricosmética avanzada N°1 en la categoría antiedad en el mercado farmacéutico español siguiendo una clara estrategia; la misma que tienen pensado emplear de cara a este año. *“Todo nuestro interés está centrado en la investigación científica, por ello, nuevos estudios de eficacia de productos terminados verán la luz durante el 2024”*, avanza la fundadora. No en vano, tiene claro que *“este es un apoyo fundamental para recomendación de los profesionales sanitarios (tanto farmacias como médicos) con estudios de eficacia demostrada”*. Asimismo, adelanta que la estrategia de internacionalización es otra de las líneas de crecimiento, conscientes de que *“los nuevos mercados en el exterior son ya una realidad para nuestro laboratorio de origen español”*.

Expansión internacional y apuesta por el cuidado de la piel, los hitos de Luxmetique en 2024

Por otro lado, la CEO de la firma de nutricosméticos comenta que, *“este año 2024, hemos comunicado la entrada minoritaria en nuestro capital de Tresmares Capital Corporate, plataforma de inversión líder en España”*. Esta alianza, asegura Julia Chacón, *“fortalece el compromiso de Luxmetique con la innovación y la ciencia, y llega en un momento crucial para ayudarnos en la expansión internacional y seguir liderando el mercado, aportando productos innovadores, eficaces y con alto valor científico para consumidores y prescriptores”*.

Tresmares Capital está centrado en la inversión en empresas líderes en sus sectores de actividad para apoyarlas en el desarrollo de su plan de negocio. Para ello, la entidad cuenta con un equipo gestor especializado en la inversión directa en el capital.

En cuanto al porfolio de producto, a su modo de ver, *“este 2024 marca un punto de inflexión en nuestra estrategia”*. Y es que, según explica la directiva, *“vamos a contar con cuatro nuevos lanzamientos cosméticos que vienen a apoyar nuestra línea de cuidado global de la piel”*.

“Tras un gran trabajo de desarrollo, estamos muy contentos de lanzar cuatro sérums de alta penetración para completar los rituales de la piel que vienen a aportar un valor diferencial a lo que existe hasta ahora en el mercado”, revela, expresando además su seguridad de que *“estos productos reúnen la calidad y eficacia necesarias para los complementos nutricosméticos que actualmente comercializamos”*. *“Es para nosotros una responsabilidad, pero, al igual que actualmente lideramos el mercado de nutricosmética antiedad en la farmacia, confiamos en que estas novedades cosméticas gozarán de la confianza del farmacéutico”*, reflexiona la experta.

Por otro lado, el Congreso Europeo de Farmacia y Salón de Medicamentos y Parafarmacia (INFARMA), que organizan los colegios oficiales de farmacéuticos de Madrid y Barcelona y CloserStill, reunirá a más de 30.000 profesionales del sector, entre el 19 y el 21 de marzo en Madrid. La presencia de Luxmetique en este evento es habitual, y en esta edición no iba a ser menos, dado que, para Julia Chacón y su equipo, *“acompañar a los farmacéuticos es nuestra principal misión, y compartir nuestras novedades”*. *“El farmacéutico es parte de nuestro equipo y, por ello, es fundamental estar presentes en INFARMA, un espacio que promueve el encuentro de todos los profesionales del sector y al que acuden en búsqueda de nuevas soluciones para sus pacientes”*, subraya.

En este sentido, para Luxmetique, como laboratorio pionero en investigación de nutricosmética, *“es vital estar cerca y aportar valor a nuestras farmacias”*. Prueba de ello es la ponencia que patrocinan, *Nutricosmética innovadora: de la evidencia científica a la recomendación farmacéutica*, donde, junto a Asun Arias, farmacéutica experta en dermofarmacia y micronutrición, *“analizaremos cómo este mercado en alza puede aportar un valor diferencial a la farmacia”*, adelanta Chacón. Todo con la misión de *“llegar al farmacéutico, acercarle aún más a nuestro laboratorio y valores y poder llegar a farmacias de toda España de una forma más cercana, conociendo a todo nuestro equipo”*. Para ello, la fundadora de la marca concluye invitando a los profesionales *“a la que será nuestra Maison Luxmetique durante los tres días de la feria en el stand B316”*. +

“TODO NUESTRO INTERÉS
ESTÁ CENTRADO EN
LA INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA Y, POR ELLO,
NUEVOS ESTUDIOS DE
EFICACIA DE PRODUCTOS
TERMINADOS VERÁN LA
LUZ DURANTE EL 2024”