

## **You Are The Princess, la firma low cost que factura millones de euros con su best-seller de menos de 3€**

### **La firma prevé crecer este año más de un 50% gracias a la expansión internacional y a sus productos de belleza a precios asequibles**

You Are The Princess es una de las firmas de belleza española con más recorrido nacional que, con poco más de ocho años de vida, ha comenzado recientemente su expansión internacional, con la que prevé alcanzar este 2022 un crecimiento del más del 50% aumentando sus referencias hasta llegar a 5.000 a finales de año.

El grupo con sello español You Are The Princess nace en 2014 aunque no es hasta el año 2018 cuando se lanza la firma You Are The Princess, de la mano de la empresaria Carlota Pérez Sáez y, actualmente, factura millones de euros al año. La firma cuenta además con multitud de marcas como Oh My Hair, Joys, MOI, In My Size, Hü, Woow y Under the rainbow que se distribuyen entre los retailers de belleza más importantes del país como Primor, Maquillalia, DIA, Grupo Ifa o Planeta, entre muchos otros.

La marca ha revolucionado el sector de la belleza gracias a sus precios asequibles, prueba de ello son sus más del 90% de sus referencias a menos de 5€ y algunas de sus colaboraciones más recientes (y exitosas) con las caras más conocidas del panorama actual internacional como la influencer Dulceida, la hija de Terelu Campus, Alejandra Rubio, la Dr. Carla Barber, o el novel diseñador español Dominico, que han sido todo un éxito en ventas.

"Tengo la inmensa suerte de liderar un equipo de talentosos profesionales en You Are the Princess. Juntos logramos día a día que nuestros sueños sirvan para dar felicidad y buenos momentos a nuestros clientes", Carlota Pérez, founder & CEO de You Are The Princess.

#### Expansión internacional y crecimiento en los últimos años

El pasado septiembre de 2021 el grupo comenzó su andadura internacional para explorar otros mercados fuera de España. Desde entonces, venden sus productos de forma on-line a través de Douglas Italia con cientos de referencias activas y nuevas cada mes.

En cuanto a referencias, en el año 2018 rondaban las 500 referencias, en el 2022 han empezado con 4.000 y como mínimo cerrarán con 5.000, unas cifras cuanto poco exitosas. Datos que demuestran no solo el notable crecimiento de la firma, también el éxito de sus productos low-cost y la forma de distribución nacional e internacional que ha adoptado desde sus inicios.

De entre todas sus referencias disponibles, You Are The Princess vende cientos de miles de esponjas de maquillaje al año, uno de sus best-sellers, y lo mismo con sus cepillos para el pelo de secado rápido, otro de sus productos que arrasan y la crítica de las usuarias avala. Lo que supone la venta de

más de 2 millones de unidades en apenas tres años.

En términos de crecimiento, el año de la pandemia, la firma creció un 10% para aumentar el pasado 2021 sus ventas en un 60% aproximadamente. En este año 2022 la firma tiene como objetivo incrementar su crecimiento en algunas referencias entre un 50%-70% gracias a la apertura de unos 2.780 puntos de venta con uno de sus clientes más importantes, diseñando referencias totalmente nuevas y exclusivas para ellos.

#### Previsiones de crecimiento a corto y largo plazo

You Are The Princess plantea un crecimiento general de hasta un 20% para este 2022. En los próximos dos o tres años esperan un cambio radical a través de su internacionalización y por tanto, un incremento considerable y significativo. Han pasado de ser apenas una docena de trabajadores a superar los 40 actualmente, además de contar con mujeres en un 95% dentro de la plantilla.

Una marca que "va más allá de los prejuicios y se ha convertido en comunidad y estilo de vida".

Lejos queda todavía la previsión de facturación a largo plazo, sin embargo, Carlota Pérez, fundadora de la firma lo tiene claro "buscamos una internacionalización muy potente y líneas muy marcadas dentro de la empresa con un crecimiento muy fuerte, teniendo en cuenta que llegamos a cifras de miles de referencias".

El año de la pandemia el crecimiento del negocio no fue tarea fácil, aun así, You Are The Princess llegó a un 10% aproximadamente. En el 2021 algunas referencias superaron el 60%, y este año esperan superarlo, alcanzando al menos las cifras del año pasado.

Para lograrlo, su creadora y fundadora lo tiene claro. Son tres los objetivos, el primero de ellos es "la creación de nuevos productos y nuevas líneas de marcas que iremos desvelando pero que son muy interesantes y que nos van a plantear entre 500 y 1.000 referencias más en el mercado", explica Pérez.

Por otro lado, pretenden aumentar el número de referencias dentro de las líneas que se han estabilizado en el mercado y que han conseguido su propio hueco. Y, por último, la expansión que ya comenzó fuera de España en el 2020 y que se consolida como el tercer objetivo en materia de crecimiento.

#### Nuevos procesos para maximizar el beneficio de la compañía

You Are The Princess tiene cuatro años de marca comercial y viene de una venta y unos sistemas propios de una empresa relativamente pequeña, por lo que se ha tenido que digitalizar para poder crecer significativamente. En 2018 rondaban las 800 referencias y cuatro años más tarde han empezado el 2022 con 4.000, más de cuatro veces la cifra inicial.

Un crecimiento muy rápido que ha supuesto para la compañía un gran esfuerzo para sobrellevar el ritmo y lo más importante para ellos, saber crecer. Ha sido esencial la implantación de un RP para poder mover el volumen de datos y de información que requería la compañía de acuerdo a su crecimiento, ya que las herramientas básicas de las pymes no eran suficiente.

You Are The Princess, el proyecto que revolucionó la belleza haciendo que lo "barato" también sea de calidad.

**Datos de contacto:**

Eva Jara  
600700065

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

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Consumo](#) [Belleza](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>