

**Pablo
Nuevo**
CEO y
cofundador
de Olistic
Science

“Conseguir fórmulas tan completas, con nuestro enfoque multifactorial y en un formato bebible, ha supuesto uno de los mayores desafíos técnicos y de desarrollo”

Comenzaron su andadura en enero de 2021 y desde entonces no han hecho más que alcanzar y superar cifras de récord de manera constante. Con más de 60.000 usuarios mensuales, Olistic Science, la firma de nutricosmética fundada por Pablo Nuevo y Pedro Luis González, se ha convertido en el caso de éxito y referencia para el sector, y han conseguido que sus complementos nutricionales en formato monodosis bebibles y a base de ingredientes naturales ayuden a cuidar la salud capilar desde el interior a diario y sin esfuerzo.

Hace tan solo dos años que Olistic llegó al mercado para cambiar la forma en que las personas se acercan a la nutricosmética y al cuidado capilar.

¿Qué balance hacéis del camino recorrido?

En estos 2 años y medio el balance es increíblemente positivo. Hemos conseguido crear una marca que trata de responder a las necesidades del cabello y que conecta con su comunidad. Nos hemos convertido en la marca líder en el desarrollo de nutracéuticos para el cabello, llegando a más de 250.000 usuarios y contando con el aval de más de 1.200 farmacéuticos y dermatólogos.

Habéis sido pioneros en España y eso no solo es un hito sino una ventaja en el mercado. ¿Cómo surgió la idea?

La verdad es que estamos muy contentos de estar liderando este mercado en tan poco tiempo. Olistic se lanzó al mercado en enero de 2021, después de cinco años de investigación y desarrollo por parte de un nutrido equipo de dermatólogos, farmacéuticos y expertos botánicos y fue co-fundado por Pedro Luis González, presidente del *board* y director global de innovación de una de las empresas dermofarmacéuticas más reconocidas de Europa, y por mi, que ejerzo como CEO de la compañía, con la misión principal de cambiar la salud del cabello femenino hacia un enfoque integral, que comprende el cuidado desde el interior y desde el exterior, logrando un bienestar general.

Cosmética y nutrición van más que nunca de la mano de la ciencia. ¿Qué rol juega ésta en la creación de vuestro producto?

La ciencia es el vector clave en todo nuestro modelo y nos permite diferenciarnos de la mayoría de los productos que vemos en el mercado. Si tuviésemos que definirlo de forma concisa diríamos que “Olistic busca reformular el futuro del autocuidado con productos nutracéuticos innovadores y naturales que están respaldados por la ciencia y que promueven un enfoque holístico del bienestar global, empezando con la salud capilar”.

Una de las tendencias en auge en la industria de la belleza es la utilización de ingredientes de origen natural. ¿Fue algo importante para vosotros desde el principio?



Era una de las premisas iniciales. Que el producto uniese ciencia y naturaleza a través de ingredientes naturales y veganos respaldados por evidencia científica y producidos bajo los máximos estándares de calidad.

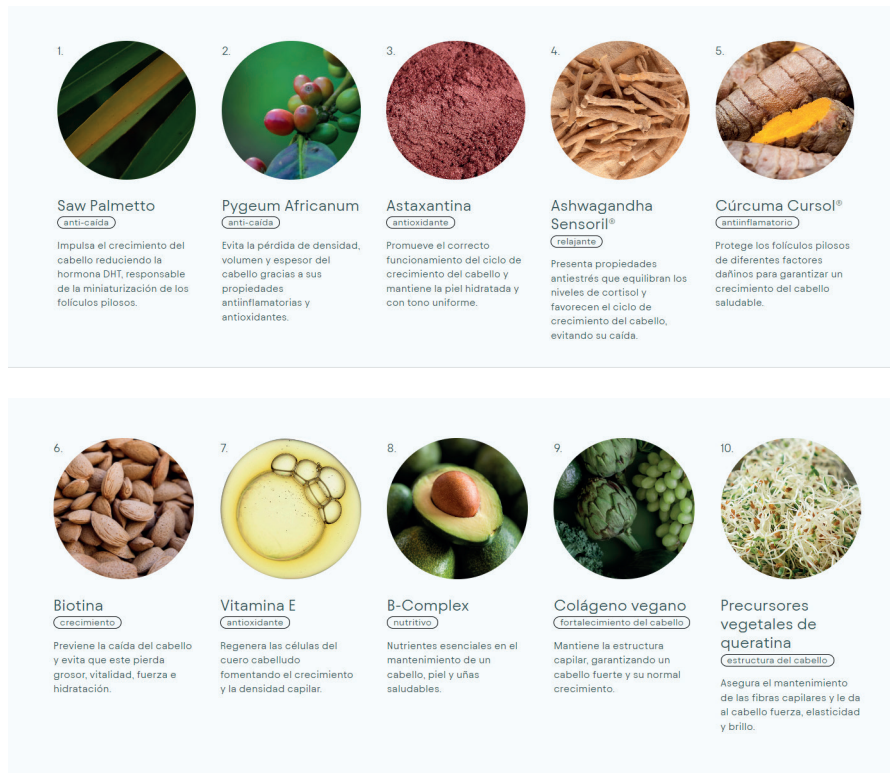
¿Qué desafíos habéis afrontado en el proceso de creación y desarrollo de Olistic?

Nuestros formuladores expertos galénicos y botánicos, de forma conjunta con dermatólogos y farmacéuticos especialistas en cabello, estuvieron trabajando cinco años para el desarrollo de estas formulaciones únicas en el mercado de nutracéuticos capilares.

Conseguir fórmulas tan completas, con nuestro enfoque multifactorial y en un formato bebible, ha supuesto uno de los mayores desafíos técnicos y de desarrollo en la industria de complementos alimenticios y productos farmacéuticos.

La sostenibilidad es otro de los temas clave e inevitables hoy en día. ¿Qué acciones o medidas lleváis a cabo en Olistic para que vuestras acciones sean responsables y respetuosas con el medioambiente?

Estamos trabajando en nuestro Plan de Sostenibilidad 360, concretando los compromisos en tres dimensiones principales: 1) Laboral, 2) Medioambiental y 3) Social a lo largo de toda la cadena de valor. Dos ejemplos de proyectos importantes a nivel medioambiental que están avanzados son el uso exclusivo de cartones FSC y el uso de viales reciclados y reciclables, que supondrán un



Algunos de los 30 principios activos naturales con los que cuenta cada dosis de Olistic

cambio muy importante en nuestro *supply chain* y cadena de producción.

Crear comunidad es, sin duda alguna, uno de los retos y objetivos para las marcas de belleza que navegan por Internet y las diferentes redes sociales. ¿Cuáles diríais que han sido las claves para haceros populares y expandiros tan rápidamente por la web?

Se está desarrollando un nuevo sector, el del *hair wellness*, que se corresponde con mujeres y hombres que, sin una patología clara, se preocupan por la salud y la apariencia de su pelo, su bienestar general. Personas que entienden que la salud de su pelo no depende ya sólo de productos y tratamientos tópicos, sino que empieza nutriéndose desde el interior con productos diferenciales y que realmente funcionan.



En este sentido, estamos muy contentos de tener el apoyo de dermatólogos, farmacéuticos, editores y periodistas, *celebrities* (como, por ejemplo, Nieves Álvarez, Pilar Rubio o Ariadne Artiles, que comparten sus increíbles resultados) y, sobre todo, una comunidad inmensa de mujeres que nos apoyan día a día (+60.000 personas consumen Olistic cada mes) y nos ayudan en el desarrollo de esta comunidad.

Por todo ello, nos gusta decir que somos una nueva forma de entender la salud del cabello, más científica, eficaz, holística y beneficiosa para nuestro bienestar global.

Quien prueba Olistic... ¿Repite? ¿Qué *feedback* recibís?

El *feedback* de nuestras clientas es enormemente positivo. Tenemos unas métricas de suscripción y repetición únicas en el sector. Eso es debido a muchos factores, el más importante de los cuales es el obtener resultados muy positivos.

Nuestro equipo de *customer success* está en constante contacto con nuestra comunidad y recibiendo cientos de historias preciosas en torno a la mejora del pelo y de su salud y bienestar.

Habéis conseguido haceros un hueco en la rutina *beauty* de muchas personas y que cuidar correctamente de la salud del cabello sea sinónimo de vuestra marca, lo cual es increíble en dos años. ¿Cómo es emprender en España y qué consejo daríais a quienes también quieren dar este paso?

Estamos muy contentos de haber podido crear una marca tan potente en tiempo récord. El ecosistema de emprendeduría es fantástico, repleto de emprendedores y personas fantásticas que nos han ayudado en este proceso.

Prefiero no dar muchos consejos, aunque creo que hay 2 temas que son clave para iniciar cualquier empresa: estar dispuesto a trabajar muchísimo y tener un plan de financiación sólido.

Finalmente, ¿dónde os gustaría ver a Olistic en su quinto aniversario?

Acabamos de pasar la mitad de esos 5 años de vida (30 meses desde nuestro lanzamiento), así que paso a paso. Para entonces esperamos haber realizado muchos de los proyectos que tenemos en marcha y que tanta ilusión despiertan en todo nuestro equipazo 🌱

Laboceutics amplía sus instalaciones y obtiene las certificaciones ISO 9001:2015 e ISO 22716:2007

Laboceutics S.L., laboratorio cosmético ubicado en Sevilla, especializado en el diseño, desarrollo, producción (fabricación, envasado y acondicionado) y distribución de productos para la higiene y cuidado personal, amplía sus instalaciones y obtiene las certificaciones ISO 9001:2015 (Sistema de gestión de la Calidad) e ISO 22716:2007 (Buenas Prácticas de Fabricación) por Bureau Veritas.

El Reglamento de la Unión Europea n.º 1223/2009 exige que los productos cosméticos sean fabricados de acuerdo con las Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) (en inglés Good Manufacturing Practices - GMP). La ISO 22716 introduce este enfoque de gestión de sistemas para la documentación y la regulación de la producción, control, almacenamiento y expedición de los productos cosméticos. Las directrices de la norma proporcionan a nuestra organización métodos prácticos para la gestión de la gran cantidad de factores que puedan afectar a la calidad del producto mediante la descripción de actividades basadas en un juicio científico sólido y sus evaluaciones de los riesgos. Su implantación nos permite obtener productos que siempre cumplan con las características definidas, se reduzcan los riesgos y aumente la confianza de los productos por parte de nuestros clientes. A nivel externo además contamos con la colaboración de entidades homologadas y con sus correspondientes acreditaciones para garantizar calidad y eficacia de nuestros productos (estudios in vivo Dermatológicos de compatibilidad cutánea y eficacia y estudios in-vitro de eficacia).

Nuestras instalaciones están diseñadas conforme a calidades farmacéuticas y cuidadas hasta el más mínimo detalle, especializada en la fabricación de productos cosméticos dermatológicos, albergan las áreas de producción, diseño y desarrollo, calidad, envasado, acondicionado y almacenes. Contando con un equipo de profesionales altamente cualificados en cada una de las áreas, donde también cuidamos del buen ambiente de trabajo con jornadas de formación, reuniones periódicas y trabajo conjunto.

Seguimos creciendo y está en proyecto de construcción 800m² para seguir ampliando nuestra capacidad productiva. Nuestras líneas de envasado están totalmente automatizadas. Con máquinas diseñadas y adaptadas a las necesidades del laboratorio en exclusividad y personalizadas para Laboceutics S.L.

Nuestra premisa más importante es la excelencia en la Calidad y la eficacia de nuestros productos.

laboceutics
LABORATORIO COSMÉTICO

