Publicado en España el 24/11/2021

# [Flor de Mayo presenta al mercado su e-shop coincidiendo con el Black Friday](http://www.notasdeprensa.es)

## La e-shop ofrecerá su amplia gama de productos de cosmética y fragancias, así como una colección específica para este canal

 La marca valenciana Flor de Mayo, perteneciente a la compañía Jesús Gómez, ha presentado al mercado su e-shop: www.flormayo.com. Y, para su lanzamiento, ha elegido uno de los días más comerciales del año, y el que inaugura las compras navideñas: el esperado Black Friday. La nueva e-shop de la compañía nace con 25 líneas de producto. En conjunto cerca de 120 artículos beauty para todo tipo de pieles y necesidades específicas; productos para el cuidado y la limpieza facial (desmaquillante, gel limpiador, tónico facial, crema hidratante…), sales de baño, aceites faciales y corporales, tratamientos corporales y un amplio abanico de fragancias, entre otras cosas. Entre ellos destacan muchos de los productos estrella de la compañía (su mini magic face duo, un éxito de ventas compuesto por una mascarilla y una ampolla flash monodosis que aporta luminosidad, hidratación y luz al rostro, o su crema corporal iluminadora magnific sheimmer, entre otros muchos productos). Además, la compañía ha creado específicamente para este canal su Colección Up, una línea que reúne productos de limpieza facial en su colección Clean O and #39;clock (tónicos, desmaquillante bifásico de ojos y labios, leche limpiadora facial, o su gel limpiador facial hidratante), su desmaquillante Sublime de Camomilla; productos de tratamiento en su colección Oh My Match (como su crema o serum facial hidratante e iluminadora), o su nueva línea de fragancias Be Yourself, seis aromas distintos que extraen, potencian y dejan ver lo mejor de cada uno, entre otras novedades. Con este objetivo, Flor de Mayo persigue acercar una amplia oferta de productos de cosmética y perfumería a la consumidora de hoy, una mujer que quiere marcas que le faciliten cuidarse y mantenerse permanentemente actualizada sobre las novedades de belleza. “Los productos Flor de Mayo Up, afirma Claudia Gómez, directora de comunicación de Flor de Mayo, son exclusivos y creados adhoc para las necesidades de la clienta de hoy en día. Son productos diferenciales, que cuentan con una wow fórmula adaptada a las últimas tendencias del mercado. Desarrollada en los laboratorios de la compañía por su equipo de I+D+I, con eficientes principios activos, y con un buen equilibrio entre el porcentaje de principio activo y el mix de ingrediente-producto”. Con este proyecto digital, en el que la compañía lleva trabajando dos años, y en el que ha volcado múltiples recursos, humanos y materiales, unido a su canal tradicional, Flor de Mayo prevé duplicar su ventas, pasando a rozar los 10 millones. La campaña de lanzamiento, que estará vigente durante toda esta semana, cuenta con todo el apoyo de las RRSS, un canal que está siendo clave para dar a conocer la web, gracias a la amplia comunidad de seguidores que siguen permanentemente todas las novedades de la marca. Para ellos, la compañía ha creado el territorio #tuladomaswow, un espacio en el que la compañía pretende que las personas vayan más allá de la superficie, y hablen de la persona que deseen contando qué es lo que les hace especiales. Con motivo de este lanzamiento, la marca está entregando más de 1.500 premios, y ofrece un premio a todos los participantes. La valenciana Flor de Mayo fue fundada por Jesús Gómez, María Molins y Ángel Palamós hace 30 años, con el objetivo de crear una marca de cosmética y fragancias pensada para cuidar la piel y ofrecer bienestar a través de los aromas. A lo largo de estos años, la marca ha ido creciendo y acercándose más a las necesidades de la consumidora actual, hasta llegar al momento actual en que cuenta con una compañía formada por 160 empleados, y liderada por mujeres. Producto de fabricación nacional y europeoFlor de Mayo es una empresa española que produce todos sus productos en España, y centrada 100% en la mejora continua. Con este objetivo, su Plan Estratégico 2019-2021 ha destinado una inversión de 1,3 M€ para la ampliación y automatización de las instalaciones, dotándolas de más espacio y recursos; la implantación del modelo de gestión Lean Manufacturing, de la mano de SGS y enfocado en la eficiencia, mejora continua y calidad total; y la puesta en marcha de la nueva unidad de negocio digital. En la actualidad, la empresa Jesús Gómez cuenta con 11.000 m2 entre oficinas, plantas de fabricación, envasado y almacenes, donde se crean, fabrican y envasas todos sus productos. La compañía cuenta con 12 líneas de envasado automáticas y 5 salas blancas cosméticas. Además, dispone también de un laboratorio propio, formado por un equipo técnico de profesionales con gran experiencia en el sector cosmético, perfumería y ambientación, y dedicado al desarrollo de formulas novedosas a la selección de los mejores ingredientes. Más información sobre Flor de MayoFlor de Mayo es una marca perteneciente a la compañía Jesús Gómez S.L., una empresa familiar fundada en Valencia en la década de los 90 y consolidada en la actualidad como líder en la fabricación de productos de belleza y ambientación. El empresa cuenta con otra gran marca: La Casa de los Aromas. La compañía facturó en 2020 más de 22 M€ y cuenta con una plantilla formada por un equipo técnico con más de 160 profesionales con gran experiencia en el sector de la cosmética, perfumería y ambientación. Este equipo desarrolla un extensivo control de todos los procesos, así como diversos ensayos: organolépticos físico-químicos y microbiológicos. Siempre con la finalidad de mejorar el resultado final de los productos, apoyan también la formación del personal y colaboran con laboratorios y expertos externos.

**Datos de contacto:**

Pura de Rojas

ALLEGRA COMUNICACION

91 434 82 29

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/flor-de-mayo-presenta-al-mercado-su-e-shop](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Nacional Moda Valencia E-Commerce Consumo Belleza



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)