

Fecha: 02-06-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: Ortiga y maqui, la dupla que cuida la barba y el cabello

Pág.: 14
Cm2: 520,5
VPE: \$ 2.862.408

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

Son la base de los productos Ocean Beard

Ortiga y maqui, la dupla que cuida la barba y el cabello

MELISSA FORNO M.

Macarena Ribera había tomado clases de cosmética natural con la idea de elaborar productos para el cuidado de la piel y pensando que su público serían las mujeres. Al intentar vender su marca en ferias de emprendimiento, varios hombres le preguntaban por opciones para ellos.

En paralelo, al terminar sus clases de buceo en el muelle Barón (Valparaíso), notaba que la barba de sus compañeros se secaba, generando incluso molestias en algunos de ellos debido a la irritación.

"Me di cuenta de que había muy pocas líneas de 'skin care' para hombres en el mercado con ingredientes de origen natural", detalla Ribera, oriunda de Santiago, pero residente hace más de

Macarena Ribera dice que decidió enfocarse en el segmento masculino porque hay muy pocas propuestas en el mercado que contienen ingredientes de origen natural.

20 años de Valparaíso.

Fue así como le dio un giro a su negocio y lanzó en 2020 la marca Ocean Beard, especializada precisamente en fortalecimiento capilar masculino.

"Se trata de un mercado que está creciendo porque los más jóvenes son vanidosos y no tienen barreras culturales. Además, las personas se están informando sobre los químicos que tienen algunos productos masivos y están dispuestas a pagar un poco más".

¿Cuál es el producto más demandado?

"El tónico para el crecimiento de la barba y el cabello. Tiene extracto de ortiga, biotina y Redensyl, que es un conjunto de activos que estimulan el folículo capilar. Tiene un valor de



"El mercado va creciendo porque los más jóvenes son vanidosos y no tienen barreras culturales", explica Ribera.

\$24.990 y lo distribuyo en un formato de spray, que contiene 50 ml. La idea es aplicarlo directamente en las zonas despobladas y debería alcanzar para un mes y medio o tal vez dos, usándolo todos los días. También tengo un champú líquido anticaída. El aceite para la barba también es bien requerido -contiene aceite de almendras y de ricino-, que se complementa con la cera que ayuda a modelar y con el champú sólido para barba. Este último se elabora con maqui en polvo, debido a que tiene propiedades antioxidantes, evitando la pérdida de color".

¿Su catálogo incluye algún after shave?

Sí, producido con infusión de matíco, extracto de aloe vera y betaina de coco, para desinflamar la cara, junto con un gel para afeitar. También utilizo aceites esenciales para el aroma de los productos".

¿Dónde tiene su centro de producción?

"El tónico anticaída y el champú de barba se realizan en dos laboratorios distintos, el resto los elaboro yo".

¿Cuáles son sus canales de distribución?

"Vendo los productos en el sitio web, pero también en Santiago en la tienda Amable y en la región de Valparaíso, en Eco Súper. Mi objetivo es estar presente en diversas tiendas, porque

los hombres también requieren alternativas. Afortunadamente, los menores de 30 años se preocupan mucho más de qué se aplican en la piel, que esté elaborado con ingredientes que no los dañen y tampoco perjudiquen al medioambiente. En las ferias de emprendedores muchos de ellos me decían que el after shave se los compraba la señora, algo que ha ido cambiando. Una buena parte de mis clientes tienen entre 25 y 45 años, algunos de ellos ya están viendo las primeras señales del envejecimiento, como las entradas en las sienes".

¿Por qué decidió dejar de elaborar productos para mujeres?

"Mi marca era muy experimental y al asistir a las ferias de emprendimientos me daba cuenta que no había cupos para cosmética artesanal. Tampoco tenía muchos contactos, y quedaba fuera de estos eventos. Por ende, me propuse hacer una línea para hombres, debido a que sería más novedoso y también respondía a los requerimientos que me realizan. Si bien el consumidor masculino compra menos y tiende a probar menos productos, pero cuando se fideliza con una marca es más constante".

¿Qué ha sido lo más difícil?

"Llegar al público objetivo, construir comunidad y tener una voz que le hable a ellos. Siento que me falta apoyo en marketing".

Ocean Beard

- Web: <https://oceanbeard.cl/>
- Contacto: Macarena Ribera.
- WhatsApp: +56 9 3886 5421
- Instagram: @oceanbeard.natural