

# Magnolia Essential Care: la marca de cosmética natural que nació y creció en plena pandemia

Paola Ibáñez y Mónica Núñez son amigas, cuñadas y emprendedoras natas. Durante un buen tiempo no hicieron más que pensar en un negocio que amaran y que uniera las habilidades de marketing de una y las fortalezas financieras de la otra. Se atrevieron en el peor momento, en plena pandemia de 2020, pero salieron airosoas.

Hoy Magnolia Essential Care, su marca de cosmética natural, está presente en 20 plataformas virtuales y 12 tiendas a nivel nacional.

## Cosmética para el autocuidado

El gusto por la cosmética natural inició con Mónica. Hacía tiempo que ella había llevado un taller de jabonería y lo compartió con Paola. Ambas indagaron más hasta que se dieron cuenta de que allí había una posibilidad. Sobre todo, porque el consumidor actual es más cuidadoso con su apariencia y tiene mucho interés en volver a lo natural, lo artesanal y a cuidar el medio ambiente.

“Nosotros nos identificamos con aquellos consumidores que quieren un estilo de vida más saludable, responsables con el entorno, que se preocupan por consumir productos que no generen grandes desperdicios industriales y, algo muy importante, que cultiven su amor propio”, señala Mónica.

Actualmente, Magnolia Essential Care elabora jabones naturales, bálsamos labiales, mascarillas faciales, sales de

baño y accesorios complementarios como masajeadores faciales, esponjas exfoliantes, brochas de afeitarse, entre otros.

Pero también se dedican a crear productos para otros clientes con marcas propias, como hoteles, restaurantes y cualquier otra empresa que siga el concepto natural y artesanal de Magnolia “en cualquier caso, ninguno de estos productos contiene preservantes ni parabenos”, añade Paola.

## **La fortaleza: el comercio online**

Al iniciar un negocio en plena pandemia, Paola y Mónica tenían claro que la única vía de venta, al menos al principio, tendría que ser digital. Así, empezaron a hacer lo que miles de emprendedores: abrir redes sociales. Facebook, Instagram y Whatsapp fueron su principal fuerza. Ellas eran todo: administradoras, marketeras, fotógrafas, servicio al cliente, vendedoras, etc.

Más adelante, en medio del trajín y del aprendizaje, irían sumándose a nuevas plataformas de venta online, el traslado hacia una web propia y la búsqueda de socios estratégicos para llevar a Magnolia Essential Care a más gente.

“Durante la pandemia, las ventas por e-commerce crecieron en 87% en el Perú, lo cual nos ayudó muchísimo. Sin embargo, eso volvió al consumidor más exigente. Tuvimos que ser muy cuidadosas con los protocolos de Covid-19, tanto en el proceso de elaboración como de entrega”, señala.

## **El secreto del éxito**



Las socias y amigas no creen en recetas que procuren el éxito, pero sí en el aprendizaje continuo y en la interacción. La presencia en ferias locales –que se abrieron conforme la pandemia fue suavizándose-, la búsqueda de mentores y el tocar de puerta en puerta a socios que confíen en ellos fue vital para su crecimiento. “También procurábamos dejar pruebas de nuestros productos, que la gente sepa de primera mano lo que significaba Magnolia”, explican.

Uno de los grandes logros de esta empresa 100% peruana es haber llegado a grandes tiendas por departamento como Ripley, Falabella, Oechsle, Plaza Vea, Real Plaza y cadenas de farmacias como Inkafarma.

“Sin duda, hay que cumplir con muchos requisitos y condiciones, pero como marca nos hace crecer muchísimo porque no solo nos dan más visibilidad, sino que nos ayudan a mejorar nuestros procesos de calidad”, comenta Paola.

## **Cosmética natural para todo el Perú**

A solo dos años de haber iniciado esta aventura, las creadoras de Magnolia cuentan con su propio taller, acondicionado para entregar la mejor calidad a todas las tiendas y plataformas virtuales. Pero sus sueños van más allá: este año su objetivo es duplicar sus ventas y más adelante expandirse a provincias.

“En Magnolia nos apasiona la idea de crear una comunidad consciente del cuidado personal y el medio ambiente, una comunidad unida por el amor propio y a la naturaleza”, finaliza Mónica.