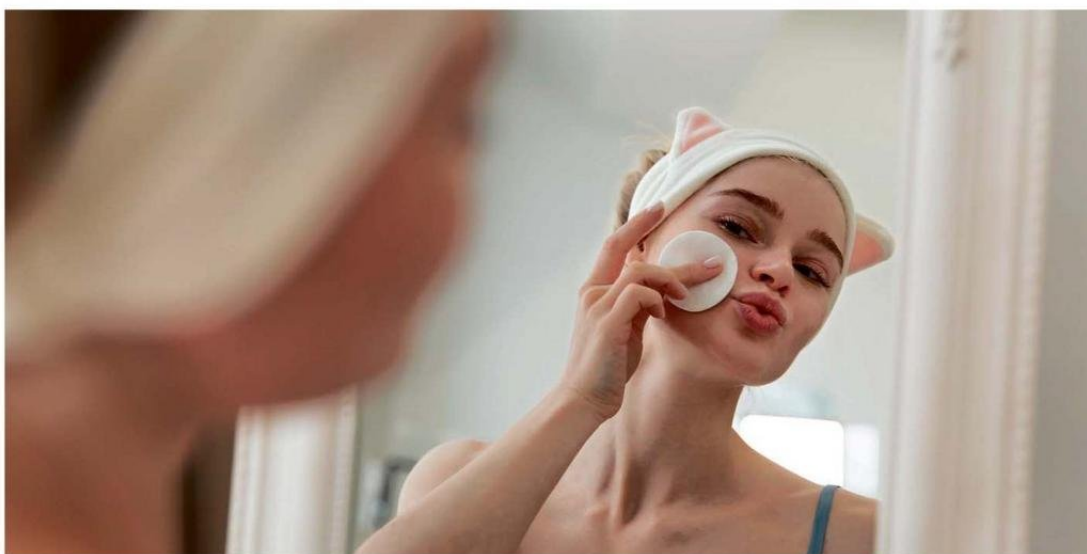


## DESTINO INNOVACIÓN EPISODIO 55

# Más que belleza: dos ejemplos locales que muestran el camino de la innovación en el ámbito de la cosmetología natural y sostenible

**CON EL AUSPICIO DE ARAUCO Y AIEP.** En el episodio 55 de Destino Innovación –conducido por Isidora Undurraga-, Antonia Molina, fundadora de Celiv, y Angela Vera, cofundadora de Emporio Orgánica, reflexionaron sobre cómo la cosmetología al fusionar innovación, tecnología e inclusión va dando pasos disruptivos, brindando soluciones que no solo mejoran la salud de la piel, sino que también respetan el entorno.



La cosmetología está avanzando hacia un modelo más inclusivo y sostenible, adoptando una visión de belleza que celebra la diversidad en tipos de piel, cuerpos y edades. Las marcas están formulando productos personalizados que responden a las necesidades específicas de cada consumidor, mientras promueven la sostenibilidad a través del uso de ingredientes naturales y prácticas responsables con el medio ambiente. Este enfoque ha transformado la industria, brindando soluciones que no solo mejoran la salud de la

piel, sino que también respetan el entorno.

En Chile, hay marcas innovadoras que están liderando este cambio, integrando ingredientes autóctonos como la rosa mosqueta y el aceite de murta en sus productos, lo que les permite ofrecer tratamientos efectivos y respetuosos con la naturaleza. Además, la incorporación de tecnologías avanzadas, como la biotecnología y la inteligencia artificial, está permitiendo la creación de soluciones más personalizadas y precisas. Así, la industria cosmética chilena está contribuyendo a una experiencia del consumidor

más consciente, innovadora y alineada con los valores de sostenibilidad e inclusión.

En el episodio 55 de Destino Innovación –conducido por Isidora Undurraga-, Antonia Molina, fundadora de Celiv, y Angela Vera, cofundadora de Emporio Orgánica, reflexionaron sobre cómo la cosmetología al fusionar innovación, tecnología e inclusión va dando pasos disruptivos.

### CELIV: DESDE EL SUR DE CHILE

En el corazón del sur de Chile, en la ciudad de Puerto Varas, nace Celiv, una marca de dermocosmética natural que busca transfor-

mar el cuidado de la piel. Su fundadora, Antonia Molina, se ha embarcado en un viaje apasionado hacia la creación de productos de belleza que no solo cuidan la piel, sino que también promueven hábitos más saludables y conscientes.

La historia de Celiv comienza en 2020, cuando Antonia decidió cambiar su estilo de vida hacia uno más saludable. Después de años de trabajar como periodista, la inquietud por comprender mejor lo que estaba aplicando en su piel la llevó a tomar una decisión radical: renunciar a su carrera en el periodismo y sumergirse en el

mundo de la cosmética natural. “Siempre me apasionó el cuidado de la piel, pero no entendía lo que realmente me estaba aplicando. Eso me llevó a cuestionarme sobre los ingredientes de los productos que consumía”, cuenta Antonia.

Con el objetivo de aprender más, comenzó a estudiar cosmética, dermocosmética y formulación química. Tomó cursos presenciales y, con la llegada de la pandemia, continuó su formación online. Mientras tanto, experimentaba en la cocina de su casa, creando fórmulas y perfeccionando sus productos. “Me sentía como un ratón de laboratorio”, recuerda con una sonrisa. Esa etapa de pruebas en casa, que duró alrededor de un año, fue fundamental para darle forma a lo que hoy es Celiv.

A medida que profundizaba en sus estudios, Antonia descubrió que muchos productos cosméticos convencionales contenían ingredientes poco saludables para la piel, como alcoholes, siliconas y derivados del petróleo. “Eso me hizo más consciente de la necesidad de crear fórmulas propias, utilizando solo ingredientes naturales y de calidad”, explica. Así, Celiv se convirtió en una marca que no solo promueve el cuidado facial, sino que también defiende un enfoque más saludable y respetuoso con el medio ambiente.

### LA FÓRMULA PERFECTA

Desde el principio, el objetivo de Antonia fue incorporar ingredientes locales de la biodiversidad del sur de Chile, pero al enfrentarse a los desafíos de la producción a gran escala, decidió importar algunos ingredientes clave de alta calidad para asegurar la eficacia de sus fórmulas. “Chile tiene una biodiversidad increíble, pero a veces es necesario mirar hacia afuera para obtener los mejores ingredientes”, comenta.

El resultado de este enfoque son productos dermocosméticos con una alta concentración de activos, todos formulados para cuidar la piel de manera efectiva y respetuosa. Entre los primeros productos lanzados por Celiv, destacan una loción micelar para limpieza, un serum antioxidante de protección y una crema hidratante. Estos tres productos se han convertido en los esenciales para quienes buscan un cuidado de la piel natural y efectivo.

La decisión de Antonia de abandonar el periodismo y emprender en el mundo de la cosmética no fue fácil, pero hoy, con la empresa en pleno crecimiento, ella se siente realizada. “Cuando uno se de-



dica a lo que realmente le apasiona, todo tiene un sentido más profundo. No solo creamos productos, sino que estamos contribuyendo a un estilo de vida más saludable y consciente", señala.

Junto a su esposo, quien también es socio de la empresa, Antonia ha logrado formalizar Celiv y llevarla a nuevos horizontes. "Hoy en día, el equipo está formado por nosotros dos, y estamos muy felices de haber llegado hasta aquí. Los próximos pasos son seguir innovando y expandir nuestra línea para llegar a más personas que valoren el cuidado de la piel a partir de lo natural y lo local", comenta con optimismo.

Celiv no solo es un reflejo del talento y la pasión de Antonia Molina, sino también de una tendencia creciente en el mercado de la cosmética: el interés por productos más naturales, sostenibles y conscientes. En un mundo cada vez más preocupado por la salud y el bienestar, la compañía se posiciona como una alternativa responsable y efectiva para quienes buscan cuidar su piel de manera más natural.

Y en ese contexto, Molina está decidida a seguir ampliando las fronteras de Celiv. Su sueño de crear una marca que combine la riqueza de los ingredientes naturales del sur de Chile con la innovación en cosmética sigue vivo, y su compromiso con la salud de la piel continúa siendo la piedra angular de su empresa.

## AGROCOSMÉTICA NATURAL

En la actualidad, las personas buscan cada vez más productos que no solo sean efectivos, sino que también respeten su salud y el medio ambiente. En este contexto, la historia de Emporio Orgánica, una empresa de agrocosmética natural y sustentable fundada por Ángela Vera y su hermana Carolina, es un claro ejemplo de cómo un emprendimiento puede nacer de las necesidades personales de sus fundadoras y, al mismo tiempo, ofrecer soluciones que respondan a una creciente demanda global por productos naturales y éticos.

La historia de Emporio Orgánica comenzó de forma inesperada, impulsada por la necesidad personal de Carolina, quien sufrió durante años los efectos secundarios de los corticoides al tratar su psoriasis. Cansada de los tratamientos convencionales, decidió optar por una alternativa más natural y comenzó a crear sus propios ungüentos a base de caléndula, una planta cultivada en su hogar en Melipilla. La caléndula



fue el primer ingrediente de lo que años después se transformaría en una línea de productos de cosmética natural. A partir de allí, la marca comenzó a tomar forma, inicialmente con un enfoque local y familiar, pero con una visión de expansión que iría más allá de las necesidades particulares de Carolina.

Un año después, Ángela se vio enfrentada a su propio desafío de salud: una tiroidectomía que le provocó una fuerte caída del cabello. Al igual que su hermana, decidió buscar una solución natural y le pidió a Carolina que le ayudara a desarrollar un champú anti caída. Fue en ese momento cuando ambas se dieron cuenta de que no solo eran ellas quienes buscaban productos naturales y efectivos para sus problemas de salud, sino que muchas personas enfrentaban problemas similares, como alergias a productos químicos o piel sensible.

Este descubrimiento llevó a las hermanas Vera a repensar su enfoque. Decidieron no solo crear productos para ellas, sino ofrecer soluciones naturales a un público más amplio. Así comenzó a gestarse la identidad de Emporio Orgánica, un emprendimiento que no solo se basaba en la creación de productos de belleza naturales, sino en una filosofía que combinaba el respeto por la salud de las personas con el cuidado del medio ambiente.

Uno de los aspectos más distintivos de Emporio Orgánica es su compromiso con la sostenibilidad y la trazabilidad de sus productos. Mientras que muchos emprendedores en el sector de la cosmética natural recurren a ingredientes que compran de terceros, Emporio Orgánica toma una ruta diferente: cultivan el 90% de los ingredientes utilizados en sus productos en su propio campo en Melipilla, utilizando prácticas de agricultura biodinámica. Esto no solo les permite tener control total sobre la calidad de las materias primas, sino que también asegura que sus productos sean completamente libres de químicos y pesticidas, lo que reduce el riesgo de alergias o reacciones adversas en la piel.

Pero el compromiso de Emporio Orgánica va más allá de la producción local. En un mercado global cada vez más consciente de los efectos del consumo masivo de productos químicos y la explotación medioambiental, la marca se ha enfocado en ofrecer alternativas que son tanto saludables como éticas. En lugar de solo atender las necesidades de un nicho específico, Emporio Orgánica ha logrado conectar con una tendencia global que valora la sostenibilidad, la ética y la transparencia en la producción de bienes de consumo. Desde su primer producto hasta su línea actual de champús, cremas faciales y cor-

porales, han mantenido una visión que abarca tanto el cuidado de la piel como el bienestar planetario.

Una de las decisiones más estratégicas en su camino fue encontrar el laboratorio adecuado para escalar su producción sin comprometer su compromiso con la calidad y la sostenibilidad. Tras visitar varios laboratorios en Santiago, Ángela y Carolina se asociaron con un laboratorio en Temuco, que se mostró abierto a sus requerimientos y dispuesto a trabajar con los extractos que ellas mismas producen en su campo. Esta colaboración no solo les permitió desarrollar fórmulas personalizadas de acuerdo a sus necesidades, sino que también les dio la oportunidad de seguir siendo fieles a sus principios, utilizando ingredientes orgánicos y cultivados de manera responsable. Este laboratorio se ha convertido en un socio clave en su proceso de crecimiento, permitiéndoles formular y producir a mayor escala sin perder el control sobre la calidad de sus productos.

A medida que la marca fue ganando reconocimiento, Emporio Orgánica comenzó a recibir solicitudes de otras personas que querían conocer más sobre sus productos, y pronto se dieron cuenta de que sus soluciones naturales no solo eran útiles para aquellos con problemas de piel como la psoriasis, sino para una gran va-



ESCANEA ESTE QR EN TU SMARTPHONE PARA VER EL EPISODIO 55 DE DESTINO INNOVACIÓN EN SOYTV.CL

AUSPICIAN:



riedad de consumidores preocupados por la salud de su piel y el impacto ambiental de los productos cosméticos convencionales. Esto llevó a Ángela y Carolina a ampliar su oferta de productos, incluyendo opciones para pieles delicadas y aquellos interesados en tratamientos naturales para el cabello, el rostro y el cuerpo.

Uno de los hitos más importantes en su trayectoria fue la participación en el programa Beauty Emprende, donde fueron seleccionadas entre 70 marcas para formar parte de un programa de aceleración, quedando entre las 10 finalistas. Esta oportunidad les permitió acceder a recursos, capacitación y, sobre todo, visibilidad en el competitivo mundo de la cosmética. Más aún, les abrió la puerta para vender sus productos en tiendas de prestigio como DBS.

En ese sentido, el hecho de que Emporio Orgánica haya sido reconocida y seleccionada por este programa, y que en 2025 comenzarán a estar disponibles en las góndolas de DBS, refleja no solo el valor de sus productos, sino también la aceptación de los consumidores por la filosofía de la marca.

Se trata de un claro ejemplo de cómo un producto creado para resolver un problema personal puede transformar un nicho local en una propuesta atractiva para el mercado global. A través de su enfoque de sostenibilidad, innovación y autenticidad, la compañía ha demostrado que un emprendimiento familiar, basado en principios sólidos y en la creación de productos que atienden las necesidades reales de los consumidores, puede expandirse y tener un impacto significativo tanto en el mercado local como internacional.