

PUNTO DE PARTIDA

POR JUAN PABLO SILVA - FOTO: JONATHAN DURÁN



EFECTO OKWU

La maquilladora Tere Irrazabal es una de las precursoras de esta profesión en Chile. Ha formado a las nuevas generaciones y empezó hace más de dos décadas a perfeccionarse. Es furor en redes sociales. Tanto así, que hace dos semanas sus seguidores repletaron su nuevo local en Luis Pasteur, en Vitacura. Con su marca Okwu, fundada en 2020, ha crecido 100% en ventas cada año y ya tiene un equipo de 20 personas. Tras tres años en Estados Unidos, se prepara para el gran salto en el mercado local.

“Hago este live corto de un maquillaje rápido de 10 minutos porque tengo una reunión con un medio importante y la persona con la que me voy a juntar es hombre, entonces no creo que esté viendo esto”, dijo a sus más de 100 mil seguidores de Instagram la maquilladora Tere Irrazabal. El 11 de julio abrió su nuevo local en Luis Pasteur, en Vitacura, donde hace clases de maquillaje y vende los productos de su marca Okwu.

Ese jueves citó a una apertura a las 17:00. Desde las 13:00, más de 300 mujeres hicieron una larga fila para ser las primeras en conocer este nuevo local. Había gente de Parral, Concepción y Antofagasta esperando.

Semanas antes lanzaron una campaña

llamada Okwu lovers, donde invitaron a todas sus seguidoras a enviar fotos con sus productos: buscaban rostros comunes y corrientes para su marca. “Esperábamos recibir máximo 30 fotos, llegaron 1.400”, confiesa Irrazabal.

Su primera novia

A los 5 años recibió dinero por primera vez. En ese entonces se sentaba en la vereda de Algarrobo a vender sus dibujos. Su madre tenía un centro cultural y ella frecuentaba salas de maquillaje en los canales televisivos. Fue ahí que por primera vez le llamó la atención esta profesión. “Me enamoró el cambio de actitud que veía en las mujeres. Llegaban agotadas, corriendo. Pero las maquillaban y salían como estrellas de cine”, dice.

Nunca pensó que iba a dedicarse a eso. En el colegio hizo clases de guitarra y al egresar entró a estudiar diseño en la Universidad Católica y tenía como hobby el maquillaje. De hecho, cuenta, se instalaba en los counters de los malls a ver cómo las maquilladoras vendían sus productos.

La primera novia que pintó fue a una amiga de su prima. Fue en 2003 y desde ahí no paró. Ha maquillado a miles de novias, y aunque actualmente tiene su agenda cerrada, en su estudio se maquillan 70 mujeres por fin de semana y hay una lista de espera de al menos 20.

Ministras sin maquillaje

El salto llegó cuando la llamaron de invitadas para maquillar a entrevistadas. También hizo catálogos de Cencosud y tenía su estudio donde impartía clases en una pieza de su primer departamento.

Para el primer gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet, fue contratada para maquillar a todas las ministras mujeres del gabinete para una portada de la revista Cosas. Esa experiencia la marcó y delineó su propósito.

Era enero de 2006 y “de las 11 que había, nueve no querían pintarse porque no querían parecer menos inteligentes o frívolas por estar maquilladas. Todavía existía esa mentalidad de que una buena apariencia no era compatible con el éxito. Incluso una me dijo: ‘No quiero maquillarme porque va a parecer que quiero ir a coquetear al Congreso’”, recuerda Irrazabal. “Ahí dije, ‘esto hay que cambiarlo’”.

Mil pedidos en un día

En 2009 abrió su primer local en Vitacura, donde muchas de estas mismas ministras pasaron a tener clases de automaquillaje para el día a día. Por esos años la diseñadora tuvo hijos y empezó a soñar con construir una marca propia. Estaba creando una comunidad de fieles seguidoras y desde 2018 empezó a desarrollar Okwu, su marca de maquillajes y accesorios. Para eso viajó a Buenos Aires y a ferias en Italia y Estados Unidos.

En julio de 2020, le llegaron las primeras brochas para vender y “recuerda”, fue una locura, vendimos mil el primer día. Quebramos stock en dos semanas”.

Al año siguiente, en plena fase de consolidación, su marido, Carlos Alberto Correa -ex gerente general de Invertec, Minuto Verde y con paso por Agroberries- recibió una oferta para irse como CEO de Berry Fresh a Los Angeles, California. Aunque con algo de temor a

perder su comunidad, partieron junto a sus tres hijos.

Taylor Swift y Miley Cyrus

A pesar de la distancia el estudio siguió funcionando, la marca desarrolló nuevos productos y la maquilladora chilena se codeó con grandes figuras en los Grammy. Dos años después fue contratada para maquillar a *celebrities* y al año siguiente acudió como influencer. Ahí -destaca-, estuvo muy cerca de Miley Cyrus, Taylor Swift, Olivia Rodrigo y maquilló a Leonor Valera, Sin Bandera y otros rostros. Cada tres meses viajaba a Chile.

Aprovechó de recorrer ferias en Las Vegas, Bolonia, Nueva York, Milán y otras ciudades para seguir desarrollando su marca. Cada producto que traía causaba furor y se agotaba en pocos días. Crecían 100% cada año.

Luego de tres años en Estados Unidos quisieron volver a Chile: el negocio había crecido mucho y había que hacerse cargo. El local de Luis Pasteur ya les quedaba chico y buscaron uno más grande y con estacionamientos. Contrató al estudio de arquitectura DAW, responsables de locales como La Birra Bar, Karün, Froens, La Dicha, Lolita Jones, Youtopia y otros, y abrieron hace poco más de dos semanas, generando una fila que daba vueltas a la cuadra.

No todo brilla

En el camino ha habido dificultades. Ser una marca nueva ha significado que tengan pocas espaldas para negociar con sus proveedores. Por eso, han tenido que aguantar quiebres de stock en algunos de sus productos icónicos y tuvieron que sacrificar márgenes para no subir precios. “Al ser una empresa chica frente a los enormes laboratorios con que trabajamos, es muy difícil lograr que nos metan a su línea de producción, que se cumplan los plazos y conseguir buenos precios”, dice la maquilladora.

Además, durante los últimos años tuvo que contratar abogados para solucionar diferencias con su antiguo socio. Desde mayo del 2023 es la única dueña de Okwu y actualmente es CEO.

Las referentes

Es tanto lo que creció su proyecto que convenció a su marido, hasta hace poco presidente de Berry Fresh -gigante norteamericana dedicada a la comercialización de frutos rojos-, para que se sumara al equipo. Ahora trabajan ocho personas en Okwu y doce en el estudio de maquillaje. Por primera vez firmaron un crédito y están en conversaciones con los grandes retailers.

Comenta que además de competirle a las marcas de su rubro, le quita mercado a empresas como La Fête, ya que al momento de escoger un regalo, sus clientes optan un producto Okwu antes que un chocolate. Este modelo de influencer/quemadadora/marca tiene referentes en el mundo. Dos de las más conocidas son Gucci Westman, dueña de Westman Atelier, que ha llenado páginas del The New York Times, y Charlotte Tilbury, que vendió su marca al grupo español Puig en cerca de US\$ 900 millones. Aunque cree que aún no es el momento, la fundadora de Okwu adelanta que están preparadas para competirle a las grandes marcas internacionales. +