

EL CHIRA EMPRENDE

REVISTA DE EMPRENDIMIENTOS



El Tiburón

**PASARON 3 AÑOS PARA QUE
ELTIBURÓN GANE UN PEQUEÑO
ESPACIO EN EL MERCADO**

XI EDICIÓN

• - FELICES - •
110 AÑOS
Sullana

Tierra de
valerosos guerreros
emprendedores



Contenidos



04

04

Nanopet

06

BM. Bijou

08

El mago piurano que busca romper los esquemas

10

Lover Stone

12

Renacer Chocolatier



08

14

EMPRENDEDOR PRINCIPAL

18

Norte Pallida

20

Smalto Bar

24

Inka Mall

26

Rincón Verde



14

28

To Pray

30

Sociales

32

Un gigante al cual el Gobierno debe hacer frente lo más pronto posible

EL CHIRA
EMPRENDE

EQUIPO CREATIVO

CREAAD
MARKETING DIGITAL

EDICIÓN

Roxana del Rosario Vásquez Palacios
Verónica Delgado Rivadeneira

FOTOGRAFÍA

Anthony Chafloque Caicedo
Cris Ubillus Aranda

DISEÑO

Vanessa García Zapata

VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

Deivis Shamir Carrillo Jaramillo

EL Chira Emprende

f /Elchiraemprende
@Elchiraemprende

www.elchiraemprende.com
hola@elchiraemprende.com

947 219 434

Nanopet

“La propuesta de comida saludable para perros y gatos en Piura”

Con el objetivo de contribuir a una mejor alimentación de los animales, Madeleine Olivos creó en diciembre del 2020 Nanopet. Esta pastelería canina y felina ofrece una propuesta saludable y rica para las mascotas.

Ella busca que todo lo que consuman los animales sea natural. Es por ello que no utiliza sal, azúcar ni preservantes. Sus alimentos, en su mayoría, están hechos a base de proteína. Hígado de pollo, cerdo, pavo, frutas y vegetales son algunos de los insumos.



"Me ha ido bastante bien. Al principio no era muy conocido el concepto y a la gente le costaba un poco entender, pero poco a poco lo han ido asimilando y recomendándome", afirma.

El inicio de Nanopet

Madeleine nos cuenta que su amor y dedicación por los animales nació en la secundaria, pero se fortaleció cuando se unió a Patitas SOS Piura como voluntaria hace 8 años. Desde entonces siempre ha estado ligada a ellos.

El año pasado, buscando qué emprender, escuchó una idea: comida artesanal para mascotas.

Le pareció interesante y un concepto nuevo en Piura. Se inscribió a varios cursos online, se certificó y, sin más, empezó este negocio que está a punto de cumplir un año.

Con ayuda de conocidos, amigos y miembros de la asociación, Nanopet fue haciéndose más conocido.

Nos indica que todas las recetas que usa están avaladas por una nutricionista especializada en el público animal.

Entre los platos incluidos en la carta se encuentran las tortas a base de pollo, zanahoria y harina integral, los muffins, las trufas y galletas de manzana, canela, perejil y las hepáticas, dirigidas a mascotas con problemas en el hígado.

Un plus de Nanopet es que todos los pedidos son personalizados con el nombre de la mascota y hay packs perfectos para cada ocasión, como es el caso del "pack cumpleaños".

Para Madeleine, lo más difícil desde que inició ha sido la transición de mamá a emprendedora. Organizar su tiempo para dedicarse a su bebé y a Nanopet fue un gran reto. Para aliviar la carga, nos comenta que acepta un máximo de 2 a 3 pedidos para un mismo día.

Su principal meta es cambiar la manera de alimentar a las mascotas. En el camino, le gustaría tener un local y seguir donando un porcentaje de las ganancias a Patitas SOS.



B.M. Bijou

"Sentirse especial y única a través de la joyería artesanal"



Charo Merino Alvarado es la dueña de BM Bijou donde producen piezas hechas a mano de bisutería, las cuales, debido al estilo de producción se convierten en piezas únicas con un estilo y diseño que se adaptan para ser combinadas con diferentes outfits.

Como cuenta la emprendedora su gusto por los accesorios empezó mucho tiempo atrás, exactamente en 2003 cuando, al visitar una feria de manualidades, quedó fascinada por la técnica de vitrofusión aplicada a la joyería. A partir de entonces desarrolló diferentes técnicas para producir piezas que le gustaron a amigas de su entorno. Entonces, comenzó a vender los productos y poco a poco se fue involucrando en el mundo de la bisutería.

Aunque, no fue hasta el 2005 cuando su hobby se convirtió en un negocio rentable. Así, comenzó con mucha adrenalina, enfocándose en diferentes técnicas aprendidas y, con ayuda del e-commerce, encontró referentes y proveedores de insumos y materiales.

No obstante, la pandemia, al igual que a muchos emprendedores, le tocó duro, pero lo que marcó la diferencia fue la actitud con la que Merino tomó el reto al que se enfrentó. Dado que la publicidad boca a boca iba creciendo a mayor rapidez, los pedidos personalizados también lo hacían y, esto, en una temporada de pandemia, era difícil porque no se conseguían insumos. "Sin embargo, convertí esta situación en una oportunidad para desarrollar nuevos proveedores y un nuevo stock de insumos, haciendo los diseños más creativos y únicos", señala.

Con mucho esfuerzo la marca se hacía más conocida y las mujeres veían que en BM Bijou encuentran piezas con diseños exclusivos, hechas a mano, con diferentes materiales, texturas y con una paleta de colores inspirada en la naturaleza. En esta línea, de producir 3 piezas diarias la emprendedora pasó a hacer un promedio de 25 piezas ayudándose de una red de contactos que ella creó.

Si bien, al inicio Merino hacía todo ella sola, con el tiempo requirió apoyo en la compra de materiales e investigación del mercado. Así, creó un gran equipo de 15 emprendedores que venden sus joyas desde sus propias oficinas. Es así como, en los planes de este emprendimiento, está el continuar expandiendo el mercado a través de redes sociales y el e-commerce, permitiendo captar a clientes de diferentes partes del país, y desarrollar los canales de venta más competitivos.



El mago piurano que busca romper los esquemas



Anibal Checa Seminario (21) es un joven piurano que busca hacerse un lugar en un campo no tan común en la región: la magia.

Con un estilo "elegante", según lo define él, apunta a ser conocido por los magos por la alternativa que él puede ofrecer. "Cuando hago mis espectáculos trato de llevar cosas diferentes, que no hayan visto las personas", indica.

Alejarse del típico prospecto de mago que saca conejos de un sombrero o un objeto de la oreja es su meta. ¿Y su sueño? Viajar de lo que hace y trabajar de la mano de los más grandes.

Un golpe de suerte

Así describe Anibal sus inicios con la magia. Recuerda que en el colegio aprendió un par de trucos, pero en ese entonces no imaginó que se volvería parte de su día a día.

Un día, ya estando en la universidad, encontró en Internet un video sobre trucos fáciles de magia para hacer en casa. Cuando terminó de verlo, fue corriendo a comprarse una baraja en la esquina de su casa y desde ahí no la suelta.

Se inscribió a cursos profesionales y vio todos los videos existentes en la red. En 2017 inició sus estudios en el Instituto de Magia Borja Montón

(Barcelona) y al terminar, se registró en la escuela peruana Twister Magic.

Un mundo oculto por muchos

Anibal practica conscientemente de 5 a 6 horas diarias, pero inconscientemente, todo el tiempo piensa y hace magia.

"Siempre cargo monedas y barajas. Una vez iba conduciendo mi bicicleta con una mano y con la otra estaba haciendo algún truco o jugando con una carta", comenta riendo.

Su foco es especializarse en la manipulación. Según él, es la rama con la dificultad técnica más compleja y está dominada por las personas de origen oriental (japoneses, coreanos, chinos).

Nos explica que para la manipulación, el mago se basa en sus manos para duplicar o cambiar los objetos. Sus materiales son, principalmente, las cartas y bolas.

Si hay algo en lo que cree Anibal es en la capacidad de los artistas y magos para llevar al espectador a su mundo, aquel donde todo es posible y la lógica deja de existir para dar paso al disfrute.



Lover Stone

“Llevando alegría a través de cuadros hechos a mano y con piedras del mar”

Lover Stone es un emprendimiento peruano que busca brindar alegría y motivar a las personas a hacer cosas que nunca imaginaron. ¿Y cómo? Llevándose a casa una pieza única, bonita y delicada hecha a mano con elementos naturales.

Virginia Peña Peña, creadora de Lover Stone, explica que en los materiales que utiliza para sus cuadros podemos encontrar piedras del mar, conchas, caracoles, maderas, cristales, perlas pequeñas (que sirven como aplicativos), entre otros.

Un sexto sentido

Hace 2 años, mientras navegaba por Internet, Virginia se encontró con una imagen que le cambió la vida. Investigando, se dio con la sorpresa de que el arte basado en piedras estaba muy desarrollado en Europa y Canadá.

Sin dudarle mucho, comenzó a buscar y probar entre distintos materiales qué funcionaba y qué no. “Investigué con qué se podía pegar las piedritas, el tipo de papel que sirve para este arte, qué marcos eran más económicos, etc”, señala.



Recuerda que inició con objetos que tenía en su casa, cristales que le habían regalado e hilos de macramé que tenía guardado y sirvieron para hacer las bufandas de sus personajes.

Luego de varios meses de prueba y error, encontró la fórmula ideal. El 23 de octubre del 2019 publicó su primer cuadro en Instagram. Tuvo éxito, varias personas le compraron, así que siguió lanzando más diseños.

Luego llegaron los pedidos personalizados que se han convertido, a la fecha, en lo más solicitado. Ha tenido clientes, por ejemplo, que le pidieron una secuencia de cuadros bajo una temática familiar. El primero se enfocaba en los padres cuando aún estaban solteros, el segundo en su boda, y el tercero en sus hijos.



Según Virginia, desde que empezó a investigar sobre este tipo de arte estaba convencida que funcionaría su emprendimiento. "Tuve un sexto sentido, una intuición que me decía que esto iba

a funcionar porque en ese entonces (cuando inició) era algo único en Perú", nos confiesa.

¿De dónde llega la inspiración?

Las respuestas son de diferentes lugares. A veces se inspira en algo que observa, en una canción, la naturaleza o, muchas veces, en sus sueños. Como ella dice: "No hay nada más poderoso que la imaginación".

Su principal dificultad fue la pandemia porque tuvo que detener sus operaciones por 6 meses debido a las



disposiciones del Estado. Con ello, también se vio obligada a buscar nuevas formas de encontrar sus insumos.

Antes del COVID-19 ella misma iba a la playa y recogía sus propias piedras y demás materiales.

Sin embargo, el año pasado se dedicó a buscar sus propios proveedores por internet.

Si bien la pandemia fue todo un reto para Lover Stone y cientos de emprendedores a nivel nacional, también representó un respiro para las personas. Virginia se siente agradecida porque sensibilizó a los peruanos.

"Ahora las personas valoran más a sus seres queridos y buscan demostrarlo con un detalle o regalo", reflexiona esta artista.



Virginia dedica la mayor parte de su tiempo a Lover Stone. Siempre está creando. A veces se despierta temprano y lo primero que hace es hacer un cuadro, y otros días da rienda suelta a su creatividad a las 10 p.m.

Su parte favorita del proceso es, definitivamente, la creación. Encontrar 4 piedritas en la mesa y ver que de la nada nace una pieza es una sensación única. Un momento de verdadera felicidad.

A largo plazo le gustaría tener una escuela para enseñar no solo su arte, sino también cómo emprender y asumir riesgos calculados.



Renocer Chocolater!

"Experiencia, magia y texturas
en una chocoteja de otro
mundo"





Todos conocemos a las dulces, crocantes y tradicionales chocotejas peruanas. Pero... ¿Sabías que hay un lugar en Lima donde estas chocotejas son moradas, verdes, con diseño galáctico y sabores nunca antes vistos en una chocoteja? Eso es lo que ofrece Renacer Chocolatier.

Renato Gordillo, su dueño, define a este emprendimiento como un homenaje a la chocoteja peruana que, para él, es una pieza de chocolate relleno, tradicionalmente, de frutos y manjar blanco, pero a la que él le dio un giro de 180° para representar diferentes momentos de su vida.

“Por ejemplo, mi desayuno de la niñez hoy está representado en un sabor con cereales. También, destacamos los orígenes de las regiones y es aquí donde incluimos el cacao criollo blanco de Buenos Aires, Morropón en Piura. Así, Renacer se convierte en una experiencia”, asegura Gordillo.

Incluso, el nombre “Renacer” hace alusión a la reinención, volver a empezar e intentar de nuevo. La idea se gestó el 20 de abril de 2020 cuando Renato renunció a una pasantía en Dinamarca para hacer algo propio. En Europa vendía, de forma extraoficial, este producto y ello era su única fuente de ingreso. El 13 de marzo volvió al Perú antes de que cerraran las fronteras y, luego de un mes, arrancó de forma oficial un 14 de marzo, ofreciendo dosis de felicidad y esperanza.

Vender experiencia estando en cuarentena

Los primeros meses fueron complicados pues los moldes eran muy pocos y no llegaban a abastecer la demanda de clientes interesados en esta nueva forma de comer una chocoteja.

“La producción era reducida, pequeña y aún así la gente pedía”, recuerda el chocolatero. No obstante, a la par, conseguir proveedores era complicado.



No había deliverys para los insumos de pastelería ni materia prima. Además, el chocolatero se encontraba solo en casa con solo una mesa y microondas. Tomando en cuenta que todos los chocolates los trabajaba de manera artesanal (algo que aún sigue haciendo) y que se encontraba en un espacio abierto cuando el chocolate se trabaja en un lugar cerrado y con aire acondicionado, es que se entiende las dificultades logísticas en las que se vio envuelto el emprendedor. Con el tiempo se equipó en producción, logística y estrategias. “El error es nuestro mejor maestro”, asegura Gordillo.

Por su parte, el recibimiento de los usuarios tuvo impresiones contrapuestas. Si bien, por un lado hay a quienes les causaba curiosidad y de hecho, eran la gran mayoría, hay otros quienes pedían agrandar el tamaño de los productos. No obstante es algo que hasta hoy no es posible ya que el molde que usan en Renacer Chocolatier es uno italiano que conserva su forma. “Lo que hay dentro de las chocotejas es un trabajo que empieza desde el campo, luego se procesa el cacao y se rellena con entre 2 a 4 texturas en una sola chocoteja”, cuenta Gordillo.

El resonar de Renacer

Al pasar el tiempo, los medios locales se fueron enterando de lo que hace a Renacer una chocolatería fuera de lo común y se sumaban a contar su historia. Con momentos malos y buenos continuaron innovando y transmitiendo el objetivo que concretaron desde el día uno.

De 50 personas en las primeras semanas hoy ya pasaron a hacer entre 200 a 1000 chocotejas para entre 70 y 80 personas. Producen según la reserva y hacen cantidades extra para reservas flash. Incluso, la movida mediática permitió que se llegue a atender a mil personas por semana.

En un futuro esperan tener un dark kitchen en el que cuenten con un espacio propio, fuera de la casa del emprendedor. Además, piensan apostar por dar clases para compartir y no competir. También, planean seguir trabajando con un producto artesanal, sin franquicias para no perder el alma de Renacer.





Restaurante y Cevichería

El Tiburón:

“ El sueño del gran referente
gastronómico que hoy es
una realidad en Sullana ”



El licenciado en Psicología Organizacional José Juvenal Valdez Vera y su esposa, la administradora de empresas, Angélica María Panta Panta son los dueños del Restaurante Cevichería El Tiburón. En este referente de la gastronomía norteña ofrecen productos de calidad como pescados y mariscos, entre los que destacan el mero, el cabrillón, filetes, entre otros.

Hace algunos años empezó esta idea de crear un gran restaurante en Sullana para saciar los paladares más exigentes, aunque, la pareja de esposos no empezó sola. "Iniciamos el negocio con el señor Eswin Hidalgo, de quien aprendimos mucho del rubro gastronómico, hasta que decidimos formar nuestra propia marca", cuenta el emprendedor.

Aunque, no fue hasta el 23 de abril del 2017 cuando, oficialmente, se inauguró el Restaurante y Cevichería El Tiburón. Como todo negocio cuando da sus primeros pasos, la tuvieron difícil el atraer a una gran masa de sullaneros. "Las ventas eran bajas y carecíamos de clientes", asegura el licenciado.

Pese a ello los emprendedores siguieron adelante con un cheff, un ayudante de cocina y dos chicas de atención al público. Los dueños del Restaurante Cevichería El Tiburón aseguran que no fue nada fácil, pero que ganas fue lo que nunca faltó a esta gran pareja de emprendedores. "Nos costó mucho captar a los clientes y poder posicionar a nuestra marca dentro de un mercado tan competitivo, sobre todo en Sullana", manifiesta Valdez.

Por su parte, los pocos, pero significativos

clientes que iban teniendo marcaban la diferencia para la publicidad boca a boca que hacían. "Si bien nuestros primeros clientes fueron pocos, gracias a Dios el servicio que les brindábamos hacía que regresen y, mejor aún, que ellos mismos sean nuestros embajadores y recomienden nuestra marca", así lo dice el emprendedor.

Todos estos retos se superaron poco a poco, pero nada fue igual como en la época de la cuarentena. El muy aterrador 2020. Que muchas empresas vivieron con incertidumbre, nerviosismo e inseguridad. En el caso de los esposos emprendedores, el inicio de la pandemia y la cuarentena los obligó a cerrar por, aproximadamente, seis meses y las deudas en los bancos aumentaban.

Luego de este tiempo de cierre y de forma lenta, pero segura los clientes fueron regresando y los nuevos se daban cuenta de la calidad del servicio, la atención personalizada, el ambiente agradable, cómodo y netamente familiar que se vive y, sobre todo, que diferencia al Restaurante Cevichería El Tiburón con lo que el apoyo no tardó en llegar, siendo el reflejo de todo un trabajo de 4 años de dedicación y esmero.

En unos años, la pareja de emprendedores planea proyectarse a abrir nuevos restaurantes en diferentes partes del Perú. A otros emprendedores que se inspiren en su historia les aconsejan tener mucha paciencia, que perseveren por sus metas y siempre recuerden que el esfuerzo trae siempre su recompensa.



Norte Pallida

"La marca de cócteles que lleva a Piura como principal insumo para conquistar mercados extranjeros"

El administrador de empresas Aarón Mustafá es el gerente general de Norte Pallida, marca en donde se encuentran 3 Raíces y Lisura. Cabe destacar que el proyecto nació en conjunto con su padre, quien participó activamente en la consolidación de la planta y el aparato comercial.



El nombre "Norte Pallida" hace referencia al norte de Perú y, en especial, a Piura. "Como buenos piuranos, elegimos este nombre para darle una representatividad a nuestra localidad. "Norte" porque pertenecemos a la zona norte del Perú y Pallida porque es una determinación científica de la algarrobina "Prosopis pallida", insumo principal y significativo para nuestra compañía", asegura Mustafá.

Ahora, ¿qué hace exactamente Norte Pallida? Es una empresa productora de cócteles a base de pisco. Actualmente cuenta con dos marcas consolidadas en el mercado: 3 Raíces y Lisura. 3 Raíces es la versión clásica de los cócteles con sabores tradicionales, en cambio, Lisura es un proyecto que está próximo a salir y será una versión premium de los cócteles, dirigido al mercado nacional e internacional.

La idea de emprender surgió en el 2010, producto de un proyecto universitario del administrador de empresas. Luego, en el 2018, este emprendedor, con mucha más experiencia, apostó por hacer un pequeño piloto de aquel proyecto académico. Hoy, 3 años después, es una de las marcas piuranas de cócteles a base de pisco referenciales a nivel nacional e internacional.

Al iniciar, en Norte Pallida, fijaron el objetivo de fomentar el consumo de los recursos típicos de la región, como lo es la algarrobina (hoy su principal insumo). Es así como, desde entonces crecieron para convertirse en una planta embotelladora, cuyas principales marcas ya se encuentran registradas.

Desde el principio y hasta el momento los clientes de Norte Pallida se han sentido satisfechos con los productos, notando que la calidad no solo está en la fórmula sino, también, en los insumos. "Esto es porque somos aliados incondicionales de proveedores estratégicos peruanos como Korin chocolate, pisco la Caravedo Porton, D' Calidad, entre otros.", aclara el gerente general de Norte Pallida.

Como todos, al emprender, el administrador también tuvo que superar obstáculos. El principal surgió por la demora en la producción ya que, como los productos eran netamente artesanales, las producciones tomaban de 2 a 3 semanas, con menos producto terminado. Hoy ya tienen una maquinaria especializada e industrializada donde embotellan más de 6 mil productos en un proceso.

Siguiendo esta línea, Mustafá asegura que con 3 Raíces logró no solo entrar al mercado nacional, sino, también al europeo, participando en eventos internacionales como: El festival del vino en Mallorca, España, el festival de Chocóa en Holanda, el festival de Ibiza, entre otros. Actualmente están trabajando y organizando la exportación de Lisura hacia Estados Unidos.





Smalto Bar

"El primer bar para hacerte
las uñas en Piura"

La comunicadora Wendy Cavagnaro Arana y su mamá, la diseñadora de interiores, Isabel Arana de Cavagnaro, son las dueñas de Smalto Bar, la nueva propuesta de "Nail Bar", que llegó a Piura y donde se trabaja, principalmente, en manos y pies. Aunque, también encuentras el servicio de uñas, cejas, depilaciones y cabello.

La idea de este proyecto empezó a inicios del 2021. Wendy recuerda que, pese a que disfrutaba de ir a los salones de belleza, no encontraba uno que cumpla con sus expectativas, sobre todo por la falta de materiales de buena calidad y de que los servicios dejaban mucho por desear. "Mi mamá y yo somos muy unidas, así que cuando quise

dice la comunicadora, a modo de "marcha blanca". Así se familiarizaban con el negocio y en qué deberían mejorar. Fue por ese motivo que no tuvieron una inauguración oficial. Solo abrieron las puertas para las personas que llegaban de las otras tiendas del centro comercial y le pasaron la voz a algunas amigas que esperaban con ansias la apertura

Pese a ello, la acogida fue muy buena. Les gustaba la decoración y la variedad de colores Opi con los que cuentan. Con el tiempo, han aumentado su cartera de clientes y aún tienen pendiente la inauguración oficial. Dicen que lo

de una persona. Al finalizar el mes completó a su equipo con tres especialistas que trabajan en Smalto Bar hasta el momento.

"Nuestra marca apunta a un servicio de excelencia reconocido por la calidad de productos, el buen acabado y el buen trato, pero no es sencillo transmitir ello y hacer que nuestras colaboradoras se involucren con la misión. Es un proceso largo en el que aún estamos trabajando", aclara la emprendedora hija.

Pasaban los meses y las clientas fueron dándose cuenta de lo que diferencia a Smalto Bar y que se puede resumir en tres puntos: La calidad de los productos, la decoración y el sistema de citas. En Smalto Bar tienen más de 200 colores de la marca Opi, entre geles y esmaltes normales. También tienen lámparas para gel, cremas, exfoliantes de la mejor calidad, esterilizadores personales y una amplia variedad de decoraciones con diseño diversos.



emprender para brindar algo diferente en la región ella no solo me apoyó sino que se sumó a mí para lanzarnos juntas en este mundo, hasta entonces, desconocido", cuenta Cavagnaro. Luego de varios meses en remodelaciones e implementación del local, lograron abrir sus puertas un lunes 23 de agosto, como lo

más difícil es confiar tus sueños en alguien más y eso fue lo sintió Wendy al poco tiempo de emprender. Le fue difícil conseguir a las personas comprometidas con la misión de su marca. La primera semana abrió sus puertas con dos chicas, pero la siguiente solo contó con una. Así, en las siguientes dos semanas solo contó con el apoyo

El impacto de Smalto Bar fue de tanta magnitud que ya se encuentran por aperturar la nueva sala y ofrecer nuevos servicios de cabello, faciales, masajes y tratamientos. "Nos entusiasma terminarlo ya que nuestras clientas están igual de emocionadas que nosotras con nuestra expansión y nos piden que ya lo inauguremos", concluye Cavagnaro.

CEVICHERIA EL TIBURÓN



☎ 927500345 / 945881998 (Delivery - Reservaciones)

📍 Calle Ciro Alegria N°202 - El Obrero - Sullana

🕒 Horario de Atención: 9:00 a.m. a 7:00 p.m.



Aceptamos todas las tarjetas



D' Paletas

☎ 942792802 (Delivery)

📍 Calle San Martín 708 - Esquina con Enrique Palacios

🕒 Horario de atención: Lunes a Domingo



f @ /dpaletas.sullana

Aceptamos todas las tarjetas



Contamos con todos los medios de pago, Plin, Yape, BCP, Continental, Interbank

PedidosYa

TRANSFORMAMOS IDEAS EN NEGOCIOS DIGITALES



MARKETING DIGITAL

☎ 981 126 175

Síguenos en: f y @ in



SOMOS FABRICANTES

Ventas al por mayor y menor

- * FUNDAS PARA MUEBLES
- * FUNDAS PARA SILLAS
- * FUNDAS PARA PCs Y TVs
- * CORTINAS
- * MANTELES BORDADOS
- * RESPALDARES
- * ADORNOS
- * SETS DE BAÑO
- * SÁBANAS
- * PROTECTOR DE COLCHÓN



☎ 938186494
☎ 958934196
☎ 073 783136

📍 Plataforma del Mercadillo de Bellavista
Sección de Telas Sullana.

📍 Calle Puno C-1 (Ref. Cerca al cuartel Miguel Cortés)



JES'NAT S.A.C.
CONFECCIONES



TRATAMIENTO DE VANGUARDIA

TECNOLOGÍA DE PRIMER NIVEL



Atención Virtual:
De lunes a sábado
de 5:30 a 8:00 p.m.



Clínica inmaculada 3º Piso, Sullana
f Dra Alejandra deza

☎ 954 667 625 | ☎ 975 449 147

Dra. Alejandra Deza
DERMATOLOGÍA CLÍNICA ESTÉTICA & LÁSER



REINVENTA TU NEGOCIO ¡DA EL PRIMER PASO!

EL CHIRA
EMPRENDE

Síguenos en



El Chira Emprende

@elchiraemprende

Inka Mall

"El centro comercial online de los emprendedores"



Con 2 años en el mercado, InkaMall se presenta como un aliado para los emprendedores peruanos. Esta startup está dirigida a personas que tienen un negocio, pero no cuentan con los fondos económicos o los conocimientos suficientes para crear y gestionar un e-commerce.

“Somos el mall de los emprendedores. Un escaparate para darse a conocer, a costo muy bajo y sin cobrar una renta mensual”, nos explica Jose Nahum Garcia, director de nuevos negocios para México y América Latina de InkaMall.

Su valor diferencial

A diferencia de otros e-commerce, InkaMall apoya a los emprendedores con la promoción de sus productos, la implementación de las pasarelas de pagos y los medios de envío al consumidor final. Adicionalmente, lo acompaña durante todo el proceso. Para ello, tienen una línea de ayuda mediante la cual resuelven dudas o

consultas.

Por otro lado, también ofrecen independencia. Cada negocio aliado tiene su propia ruta web y publica los productos, imágenes y ofertas que desean. “El emprendedor solo tiene que enfocarse en su negocio, subir los productos y dar a conocer su web para que las personas compren desde ahí”, indica Jose.

Actualmente trabajan con alrededor de 200 emprendedores de diversos sectores económicos.

Para estar en esta startup peruana tienes que ser una persona natural o jurídica y ofrecer productos nuevos y con garantía. Una facilidad que brindan es que no exigen que la empresa tenga RUC.

Planes a futuro

Ahora más que nunca los canales digitales son fundamentales para los negocios. Según Jose, la pandemia hizo que incrementara exponencialmente las compras por internet y el desarrollo del e-commerce se adelantara 3 o 4 años en Latinoamérica.

Teniendo en cuenta ello, se ha vuelto clave mejorar el servicio cada día. En la nueva versión de la página web que liberarán en las próximas semanas los consumidores podrán visualizar imágenes en 360° y reproducir videos de los productos. La realidad virtual, las búsquedas por voz y lanzar un aplicativo móvil son algunas actualizaciones que tienen en mente.

El director de nuevos negocios para México y América Latina de InkaMall sostiene que, desde sus inicios hasta la fecha, han crecido bastante tecnológicamente. Seguirán buscando consolidarse en el Perú y próximamente migrar esta propuesta a otros países.



Rincón Verde

“El lugar Green del joven barista que comenzó un blog responsable”

El estudiando de Administración de Empresas y barista de Starbucks Ricardo Cesar Vega Calle es el dueño de Rincón Verde, nombre que le asignó a su emprendimiento desde que solo era un blog para promover el cuidado de la vida verde en Piura. Aunque, cuenta que luego, gracias a una amiga, se percató que su nombre y su, hoy emprendimiento, comparten las mismas letras iniciales (la R y la V).



En Rincón Verde ofrecen plantas suculentas y cactus, en su mayoría, con la finalidad de crear mucho más aprecio por aquellas plantas que son perfectas para el clima de bosque seco piurano, pero que también ofrece una variada seleccionada de plantas ornamentales para decorar y armonizar la energía del hogar.

Un blog verde catando en los piuranos

La idea nace en junio del 2020, siendo uno de los primeros llamados "negocios pandémicos" en vender plantas a domicilio. Tras la cuarentena la mente explosiva de este emprendedor llevó muchas ideas dando vueltas. Pensó en hacer muchas cosas, pero la influencia del cuidado del medio ambiente de su padre (ferviente luchador ambiental) le inspiró a crear un blog personal para compartir todas esas ideas de cambio social que implicaban dejar de contaminar y amar la naturaleza. Es así como Rincón Verde nace sin afán de ganar dinero, pero con una acogida impresionante que llevó a Vega a vender las plantas a las cuales fotografiaba. Así, cada semana empezó a crecer el capital de la página y se lanzó con todo a ofrecer la variedad de

suculentas que hoy los usuarios pueden encontrar en el perfil.

La idea de negocio se gestó el 25 de junio del 2020 con pasos muy difíciles ocasionados por la cuarentena, la cual hizo que la logística en las entregas y los horarios sea mucho más complicada. Sin embargo, los primeros clientes, conocidos y amigos, comentaban que le gustaban las plantas, muy alegres, publicaban historias de ellas cada vez que les llegaban.

Emprender vale el doble en medio de una pandemia

Pese a todo ello, Vega confirma que la mayor dificultad que tuvo que superar durante este tiempo ocurrió en noviembre del 2020 cuando enfermó de Covid-19, pese a todo el cuidado que tenía a la hora de hacer las entregas y cobrar. Aunque, lo peor llegó después cuando su propia madre se contagió y tuvo que estar internada en el hospital Santa Rosa. "Caí en una enorme pena y sentimiento de culpa, por ello el negocio paró hasta comienzos del 2021. Felizmente mi madre sale de la hospitalización y ese tiempo me hizo valorar más la vida que el dinero. El amor es lo que me mueve ahora", asegura el estudiante.

Con el tiempo más se cuenta de lo que representaba a Rincón Verde y el valor que ofrecen como el que no solo venden plantas, sino que les ofrece ser parte de una

familia de luchadores ambientales. Además, el que la familia de Rincón Verde distribuye mensajes y alienta a la comunidad joven a no botar basura, a plantar un árbol y a desear una Piura más limpia. "Rincón Verde tiene el alma puesta en cambiar las cosas. No nació como un negocio y ahora que lo es no es la fuente principal de nuestros deseos. Lo que busca es cambiar la mentalidad de las personas y encantarlas con suculentas", confirma Vega.

Entonces, al crecer el emprendedor decidió mejorar todo desde maceteros, contenido, logo y más. Algo más que sucedió al convertirse en un negocio fue el contar con el apoyo de alguien más. 4 meses después de empezar oficialmente llega Jose Carlos Olaya, amigo de Vega que hoy es el driver oficial de Rincón Verde, con quien recorre casi todo Piura llevando plantas y felicidad a las casas de los usuarios.

A futuro, Rincón Verde ofrecerá boxes para regalar. Aunque, su proyecto principal es llevar a cabo una campaña de reforestación en Piura.



To Pray

"Promover la santidad con detalles cotidianos, genuinos y que perduran en el tiempo"

Diseños Únicos y Personalizados



La comunicadora Alejandra Burgos es la dueña de To Pray – Mi Tienda Católica a través de la cual y desde el nombre invita a las personas a hacer de sus momentos ordinarios una oración. De forma concreta, To Pray es una tienda virtual que ofrece una variedad de productos con temática católica como rosarios, denarios, lanyards, velitas, mouse pads, recuerdos para bautismo, primera comunión, matrimonios y más.

La idea nació gracias a una necesidad. Cuando salieron al mercado los lanyards, Burgos quería comprar uno con un diseño especial de la Virgen, pero pese a sus duros intentos, no lo encontró. Es ahí donde nace la idea de crear sus propios productos con temas católicos.

Le cuento la idea a su amiga Majo Escobar y ese mismo día ella le animó a empezar con su nuevo proyecto.

Fue un 26 de junio de 2021 cuando lanzó To Pray de forma oficial. Escogió la fecha en honor a San Josemaría Escrivá de Balaguer, el santo de lo ordinario; justamente porque con los productos de To Pray se busca que las personas recuerden que Dios está a nuestro lado incluso hasta en lo más cotidianos y desde allí invita a dejarnos abrazar por su amor.

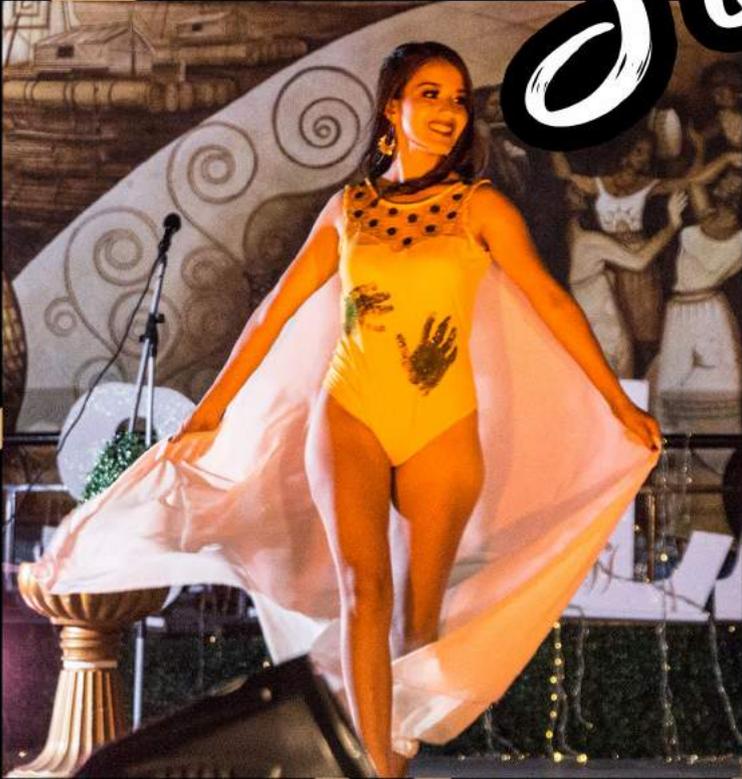
Como los inicios siempre son difíciles para la comunicadora se sintió esto mientras hacía las pruebas previas al lanzamiento. "Hice varias pruebas, algunas me demandaron mucho más tiempo de producción con amanecidas para poder terminar a tiempo los diseños, la línea gráfica, el packaging, la fotografía y muchas cosas más. Aunque, fue muy gratificante contar con la ayuda de personitas especiales que me ayudaban día a día con lo que podían", dice la emprendedora.

Así, notando que los productos en To Pray son 100% de temática católica con diseños únicos y personalizados más se sumaron a apostar por él. Entonces, recibió el apoyo de muchos amigos y conocidos que le enviaban mensajes diciendo que les gustaban mucho los productos, que querían adquirirlos y felicitar a la emprendedora por el innovador proyecto.

En unos años, a futuro, planea, comenzar con entregas a nivel nacional y quizás, para el próximo año, iniciar con las entregas al extranjero. A otros emprendedores cuya historia inspire Burgos les dice que no se desesperen, que hagan algo que realmente les apasione y saque lo mejor de sí. Además, que, si bien al inicio puede ser complicado pueden confiar en Dios y en sus propios talentos para lograr grandes cosas.



Sociales!



Miss Sullana

Aniversario El Chira Emprende



*Un gigante al cual el
Gobierno debe hacer
frente lo más pronto
posible*



Mientras la pandemia continúa y a la crisis de salud se le agrega la crisis política y económica el Perú tiene por delante un gran desafío al cual debe hacer frente lo más pronto posible. Tal y como lo afirma el especialista en Turismo, Kevin Jimenez, el turismo es quien promueve a otros sectores como el de servicios y exportaciones por lo que se debe reclamar su reactivación con la mayor celeridad posible.

“En el país existen ciudades y comunidades en donde gran parte de las poblaciones viven netamente del turismo como Cusco, Aguas Calientes, la comunidad de Los Uros en el Lago Titicaca, las comunidades del Colca, entre otros. Además, es una actividad que se vale de otras como la gastronomía, artesanía y transporte”, asegura el especialista.

Actualmente, pese a que se está reactivando la economía nacional, disminuyendo las restricciones sanitarias el estado actual del sector turismo sigue siendo una urgencia que, aún con los esfuerzos, no se ha logrado nivelar a las cifras previas a la pandemia.

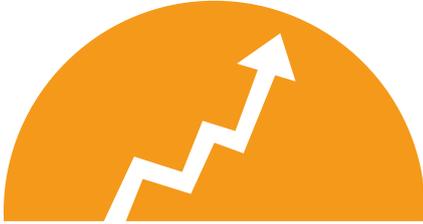
La actividad turística aún está por debajo de las cifras del 2019. Si bien llegan más turistas y Machu Picchu poco a poco comienza a tener la cantidad de visitantes prepandemia; la crisis política afectó la afluencia de turistas en temporada alta. Por tanto, se espera que para abril del 2022 haya mayor arribo de turistas extranjeros que, en términos económicos, son lo que más inyectan dinero a la economía nacional, dice Jimenez.

Otro de los factores que, como indica el especialista, daña más a la activación de turismo es la informalidad. “Hay agencias que no brindan servicios de calidad, a tal punto que, en excursiones de deportes extremos, ya ha costado la vida de turistas. En esta época, donde muchas personas

intentan obtener ingresos por turismo, la informalidad puede estar más activa que nunca, y pueden existir muchas empresas que no cuenten con las normas sanitarias necesarias por la pandemia”, manifiesta.

Ante esto, lo que propone Jimenez es seguir fortaleciendo la marca País en el extranjero y el crear proyectos que se enfoquen en mejorar los actuales destinos turísticos que ya eran ampliamente demandados antes del covid19. “Existen muchos destinos conocidos que presentan carencias como Máncora, Paracas, los destinos del centro del Perú, entre otros. En estos casos, se podrían hacer empleado a muchos trabajadores del sector turismo que aún se encuentran en suspensión perfecta o están sin ingresos como los guías, quienes son los que tienen amplio conocimiento de los lugares y conocen el sentir de los turistas”, concluye.



EL 
CHIRA
EMPRENDE
REVISTA DE EMPRENDIMIENTOS