



iViva Lamba yeque!

TIERRA DE EMPRENDEDORES

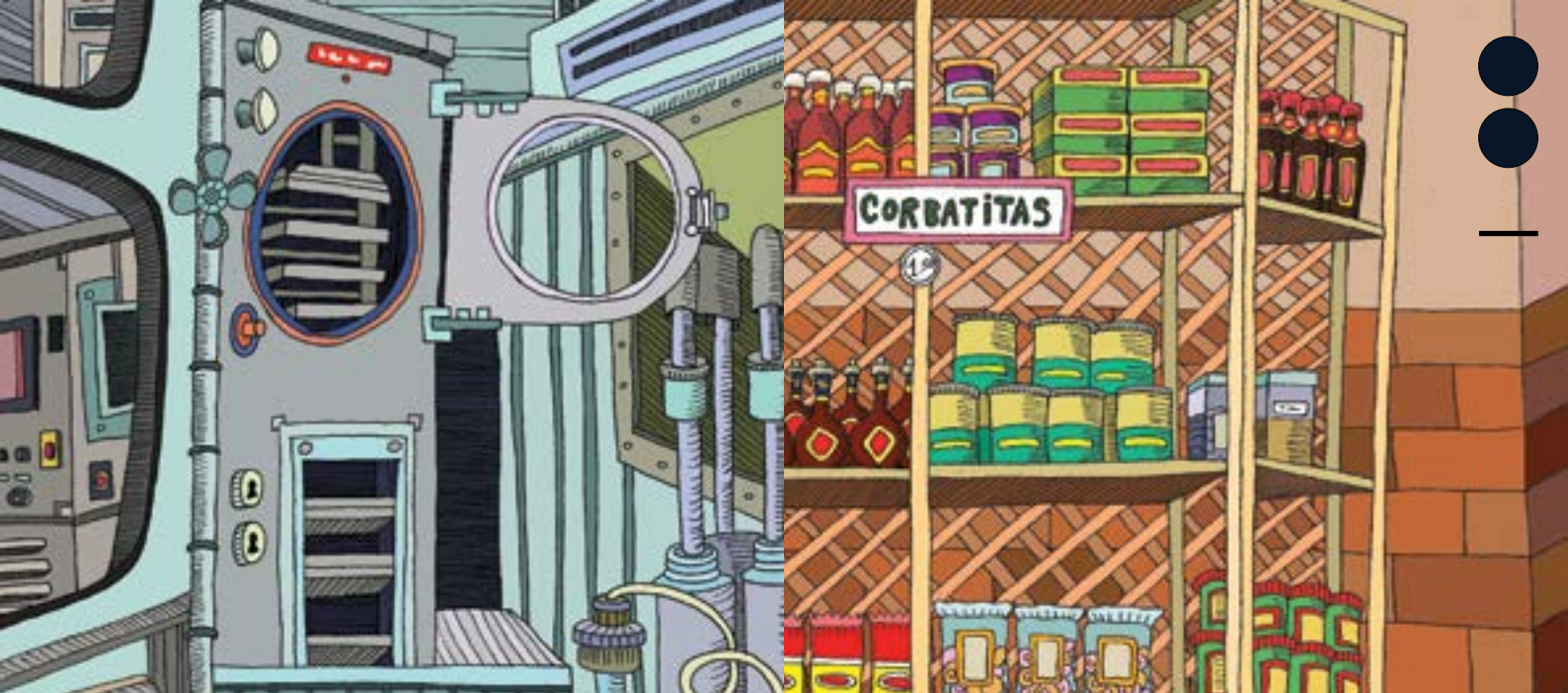
EY

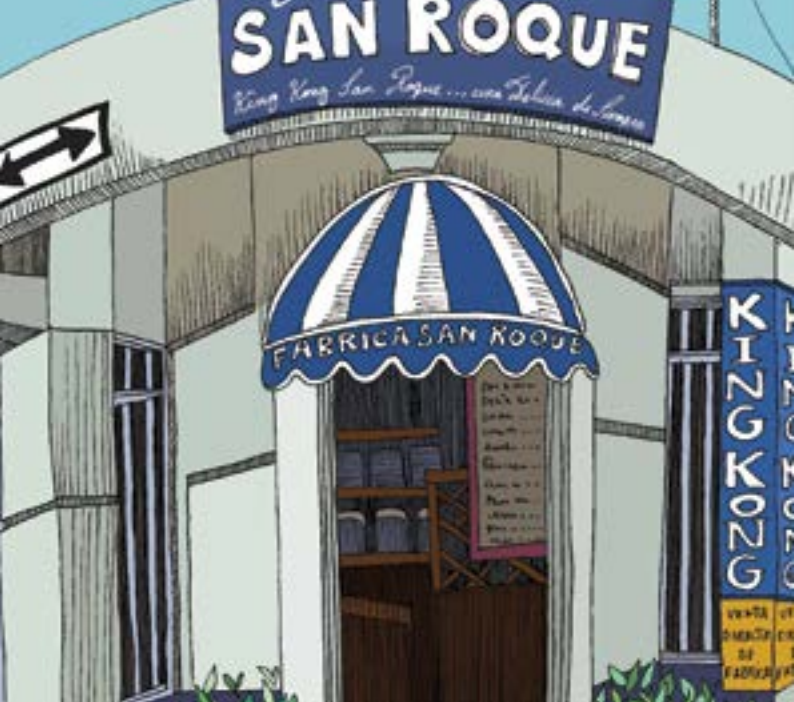
Building a better
working world

70

La Industria

LA GRAN TRANSFORMACIÓN Desde 1952





En memoria a nuestro querido socio chiclayano:

Miguel Ángel Quijano Doig

27.01.1978 - 26.02.2017

Excelente profesional y amigo; mejor padre y esposo. Luchador incansable.

Predicaste con el ejemplo y tu legado es inspiración para cada uno de nosotros.

Tu recuerdo vive para siempre.



¡Viva Lambayeque! Tierra de emprendedores

Primera edición: Lima - Chiclayo, agosto de 2022

Redacción: Jaime L. Solórzano y Lester Solis Yturregui

Diseño y diagramación: Karla Ramírez

Cuidado editorial: Olenka Frías

Ilustración: Eduardo Masías

Imágenes: Archivos familiares

© EY

© Ernst & Young

© Empresa Editora La Industria de Chiclayo S.A

Esta es una obra colectiva.

Editores:

Ernst & Young Consultores S. Civil de R.L

Av. Víctor Andrés Belaunde 171, Urb. El Rosario - San Isidro

Lima - Perú

EY Chiclayo

Av. Federico Villarreal 115 - Sala Cinto - Urb. Los Parques

Chiclayo - Lambayeque

Empresa Editora La Industria de Chiclayo S.A

Calle Tacna 610

Chiclayo - Lambayeque

El presente libro ha sido elaborado de manera conjunta por EY Perú y Empresa Editora La Industria de Chiclayo S.A. A través de este material se han consolidado las reseñas de algunas de las familias empresarias representativas de Lambayeque. Dicho material ha sido preparado sobre la base de la información brindada de manera segura por los representantes entrevistados de cada familia y únicamente con fines de difusión cultural, empresarial y vocacional. Las opiniones y datos facilitados por los entrevistados, que son expuestos en esta publicación, son de exclusiva responsabilidad de los mismos, por lo que no reflejan necesariamente los puntos de vista de EY Perú o de Empresa Editora La Industria de Chiclayo S.A. Asimismo, se debe tomar en cuenta que las opiniones y datos brindados por los entrevistados para la elaboración del presente libro fueron vertidos en un contexto y tiempo determinados.

EY Perú y Empresa Editora La Industria de Chiclayo S.A. no asumen ninguna responsabilidad por el contenido de la presente obra, incluyendo fotos e ilustraciones. Los entrevistados, en el caso de cada familia testimoniada en esta publicación, son los únicos responsables por la veracidad de las afirmaciones o comentarios vertidos.

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2022-06909

ISBN: 978-612-5043-20-7

Publicación digital: ey.com/es_pe/growth/viva-lambayeque

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia o grabación, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*.



iViva Lamba yeque!

TIERRA DE EMPRENDEDORES



Building a better
working world



Proemio

La historia de este Libro empezó hace algunos años, en noviembre de 2019, cuando en una reunión de socios de EY decidimos dar un agradecimiento especial a las ciudades y regiones que con tanto afecto vienen acogiendo a nuestras oficinas en provincias. Y fue así que, uniendo esfuerzos y logrando alianzas estratégicas, empezamos este proyecto que sólo nos llena de regocijo porque además de agradecer a las regiones, tenemos la firme convicción de que estas historias servirán como ejemplo para las próximas generaciones de empresarios y el público en general de que se puede alcanzar el éxito haciendo siempre lo correcto.

Pero como todo emprendimiento, éste también tuvo adversidades en el camino. El Covid – 19 atacó al mundo a inicios del año 2020 y paralizó sus actividades económicas; sin embargo, aprendimos que, en todos los ámbitos, debíamos reformular nuestras estrategias para salir adelante con nuestros emprendimientos personales y empresariales; y este proyecto no fue la excepción.

Y fue así como nació: “Viva Lambayeque: Tierra de Emprendedores”; en una clara muestra de nuestro agradecimiento a esta histórica región que nos acogió desde hace 12 años cuando un 18 de agosto de 2010 tomamos la decisión de abrir nuestra primera oficina regional en la “capital de la amistad”, la ciudad de Chiclayo. Y qué bien ganado ese sobrenombre, pues realmente Chiclayo nos ha hecho sentir como en casa desde el primer día en el que iniciamos nuestra vida institucional en el norte del Perú. El éxito que hemos tenido y la aceptación de los empresarios y amigos, fue, sin duda, el punto de inicio y una motivación adicional para continuar con nuestros esfuerzos de descentralización y, en la actualidad, además de Lambayeque, contamos con presencia en las regiones de Arequipa y La Libertad, dando empleo a profesionales de dichas regiones.

Este Libro hace un homenaje a las familias empresarias que han dejado un legado y que día a día son un ejemplo de perseverancia e innovación, contando sus historias y entregándolas a la región como un testimonio motivador para nuevas generaciones de emprendedores. El producto obtenido es, pues, perdurable: un libro que testimonia el esfuerzo y éxito de familias empresarias, no exento de dificultades y sufrimientos, y cargado de virtudes y de un amor especial a la región Lambayeque y a su capital Chiclayo.

¡Y cómo no querer a Lambayeque y a Chiclayo!

La calidez de su gente, su agradable clima, sus recursos naturales, su estratégica ubicación, su exquisita gastronomía y los vestigios milenarios de una importantísima cultura precolombina, hacen de Lambayeque y su capital Chiclayo, un extraordinario lugar para vivir y desarrollar emprendimientos como lo hicieron las 10 familias que entrevistamos en esta edición.

Al hacer las entrevistas con las familias, empezamos a entender la historia de una región donde lo antiguo confluye con lo moderno, y en la cual sus pobladores, como los de antaño, son un ejemplo de creatividad y pasión por lo que hacen. Lambayeque fue la primera ciudad que proclamó su independencia de España un 27 de diciembre de 1820, y como la historia siempre deja huella y prevalece en nuestro sentir y quehacer diario, entendimos por qué los empresarios lambayecanos han sido y son un ejemplo de resiliencia capaces de afrontar cualquier problema y de salir adelante

con fuerza, garra y éxito, y con ese ímpetu que tuvieron sus antepasados, sin dejar de mencionar su gran y permanente espíritu altruista, puesto de manifiesto en muchas de las historias que contamos en este libro y que esperamos sean de su total agrado.

En estas historias, también se cuentan las vivencias de empresarios que llegaron desde otras latitudes hasta Lambayeque para cambiar el destino adverso, con el afán desmedido de cambiar el mundo, de hacerlo mejor para ellos y los suyos, tal vez sin saber que lo hacían y han hecho mejor para todos.

En muchas de estas historias se trasluce la fe y el amor a la familia como la fuerza para lograr un sueño grande. Y es que, en muchos aspectos, la familia es como la empresa; nace con el sueño de sus integrantes por construir un proyecto conjunto, crece y se consolida con el esfuerzo del día a día y de procurar el bien común para sus integrantes, y así formar parte y aportar como un núcleo a la comunidad a la que pertenece. Es finalmente a través de estas dos células imprescindibles, la de familia y la de la empresa, que se construye la base de la sociedad.

Es difícil imaginar la historia contemporánea de Lambayeque sin asociarla a marcas tradicionales como San Roque, el Restaurant Fiesta, el Restaurant CANNATA, la pastelería La Fuente o la recordada Tiendecita Rosada. Asimismo, de marcas que son un ejemplo de consolidación empresarial como el Grupo EFE, el Grupo Costa del Sol, AC Farma, el Grupo Barba Negra y el Grupo Constructor Scander, y que demuestran, a través de su permanente compromiso por nuestra región, su indiscutible liderazgo de negocio. Todas estas crónicas han sido redactadas por nuestro aliado en este Proyecto, el prestigioso Diario La Industria de Chiclayo, a quien testimoniamos nuestro agradecimiento y reconocimiento.

En EY Perú entendemos que la historia no solo es conocer lo que ha sucedido, sino comprender lo que estamos viviendo y prepararnos para actuar en el futuro. Conocer la gesta de estas diez maravillosas familias, nos concede la oportunidad de extraer lecciones muy valiosas para los negocios, pero también para la vida misma. Creemos firmemente en que cada uno de estos testimonios deben ser conocidos por quienes sueñan construir un mejor país, ya sea desde el sector empresarial, académico, o cualquier otro, y que entiendan que nuestra nación siempre ha sido la suma de esfuerzos colectivos, pero sobre todo familiares y empresariales.

Chiclayo, julio de 2022.



Paulo Pantigoso
Country Managing Partner
EY Perú



Luis Felipe Chancafé
Socio Líder
EY Norte



Fernando Núñez
Socio Líder de
Desarrollo y Mercados
EY Latam Norte

Sobre este libro

Cuando se piensa en Lambayeque, muchas ideas vienen a la mente con rapidez: un legado ancestral reflejado en figuras como Naylamp y el Señor de Sipán; una tradición de fiesta rebotante en expresiones de música, danza y delicias gastronómicas; una región en constante crecimiento y con una actividad comercial que no se detiene; todas son imágenes que asociamos a esta tierra que ha visto nacer y crecer una gran variedad de emprendimientos, demostraciones vivas de la capacidad de su gente para transformar la realidad y crear oportunidades de progreso.

En efecto, Lambayeque es también una tierra en la que florecen historias de éxito, pero que detrás de las cuales, en realidad, se encuentran testimonios de vida pertenecientes a familias que supieron asumir riesgos, superar dificultades y generar un cambio. En un esfuerzo conjunto con EY Perú, el equipo del diario La Industria de Chiclayo tuvo el honor y el placer auténtico de entrevistar a los miembros de dichas familias, confirmando, en cada conversación, que su legado invaluable va mucho más allá de los premios y logros financieros.

Cada una de las diez historias que conforman este libro alberga una parte de ese espíritu diligente, perseverante e innovador que permitió a estas familias salir adelante, sin olvidar, por supuesto, esa sólida base en la que coinciden y que constituye un elemento esencial de las enseñanzas transmitidas entre generaciones: la ética. Son, así, testimonios que nos reafirman que el éxito empresarial va de la mano con la práctica de valores como la honestidad, la empatía, la solidaridad y el respeto, muchas veces dejados de lado en distintos ámbitos de nuestra sociedad.

En ese sentido, ha sido gratificante, como medio de comunicación y como habitantes de esta región, descubrir cada uno de los detalles que componen las historias incluidas en el presente volumen. Como medio de comunicación, porque nos ha permitido el placer del asombro ante cada anécdota y aspecto revelador sobre la trayectoria de estas familias. Y como lambayecanos, porque renueva nuestra capacidad para mirar con optimismo al futuro, con la confianza de que, a pesar de lo duras que puedan resultar las circunstancias, en nuestra región existe el potencial necesario para vencerlas y abrir una vía hacia el desarrollo en conjunto.

De hecho, y si hablamos de circunstancias duras, es imposible dejar de mencionar el particular momento en que se fue construyendo este libro. Con la reactivación paulatina de las actividades y una pandemia que aún exigía mantenernos alerta, fue más que sorprendente conocer las maneras en que las familias entrevistadas lidiaron con los momentos más

abrumadores de esta crisis. Frente a una incertidumbre que solo parece cambiar de matices, conocer cada uno de estos relatos representa una oportunidad para seguir creyendo en nuestras capacidades y en la importancia de unirnos para ser más fuertes.

Ese es, precisamente, el tipo de mensajes que esta recopilación de historias busca resaltar. Si la lectura de las mismas logra inspirar a nuevas generaciones lambayecanas, llevando a que más personas emprendedoras se atrevan a luchar por hacer realidad sus sueños, este libro habrá cumplido con creces su cometido.

Por lo mismo, nunca existirán palabras suficientes para expresar nuestro agradecimiento a las diez familias que tuvieron la enorme gentileza de brindarnos su tiempo y disposición con la finalidad de que esta publicación vea la luz. Su generosidad al momento de compartir tanto su experiencia como su visión sobre el trabajo empresarial, ha sido una prueba más de su profundo amor por Lambayeque y de su convicción para actuar conforme a los ideales que defienden.

Asimismo, sirvan estas líneas para saludar la valiosa iniciativa de EY Perú al decidir compilar estas historias, así como la confianza puesta en nuestro medio. Una sinergia en la que auspiciosamente coinciden visiones, esfuerzos y un compromiso igual de fuerte con el impulso a la cultura y la educación.

Por todo lo anterior, el equipo del diario La Industria de Chiclayo agradece a las personas que participaron en la elaboración de este libro, con la certeza de que el mismo constituye, además, un aporte significativo a la preservación de la memoria familiar y empresarial de nuestra región.



Edgar Solís Yturregui
Director Periodístico (i)



Jaime L. Solórzano
Redactor de Proyectos Editoriales

A propósito de este libro

Tengo el agrado de dirigirme a la comunidad lambayecana escribiendo estas líneas para compartir unas reflexiones sobre el valor de la familia con ocasión de la publicación de este nuevo libro “¡Viva Lambayeque! Tierra de emprendedores”, en el que se retratan las historias de algunas familias emblemáticas de la región. La importancia de la familia, junto a los valores de la honestidad, el emprendimiento, la perseverancia y la solidaridad están en evidencia y son luces que ofrecen un mensaje de esperanza hoy en nuestra sociedad.

Cuando Dios envió a su Hijo al mundo para salvar a los hombres no quiso que apareciera como un hombre aislado, sino que dispuso que naciera y creciera dentro de una familia. En la Sagrada Familia de Nazareth, el niño Jesús aprendió los valores humanos, las relaciones interpersonales y también el valor del trabajo. El mismo Hijo de Dios no quiso privarse del grandísimo don de una familia aquí en la tierra.

El hombre es un ser social por naturaleza, o como decía San Juan Pablo II, es un “ser familiar”. La familia es escuela de humanización y de valores, en ella el hombre forja su personalidad y se va introduciendo en la comunidad humana. Es “la célula primera y vital de la sociedad” (Apostolicam actuositatem, 11). En la familia se construye el porvenir de la sociedad; en ella se forman los futuros ciudadanos que harán del mundo moderno una comunidad de paz emprendedora y acogedora. Así, en este libro encontramos las historias de algunas familias lambayecanas que han querido compartir su experiencia de vida y trabajo en nuestra ciudad, y de las cuales podemos aprender su emprendimiento y aporte social.

Las historias de estas diez familias emblemáticas tienen en común el haber gozado de un núcleo familiar bien constituido en donde los hijos aprendieron de sus padres las virtudes y valores necesarios que hicieron de ellos unos hombres y mujeres de bien, dispuestos a comprometerse por el bienestar de los demás. Virtudes como el amor al trabajo, la amistad, la perseverancia, la dedicación y la fe son el denominador común de estos grupos familiares que supieron aprovechar las oportunidades que se les presentaron, vencieron las dificultades que iban surgiendo y lograron construir un legado para nuestra ciudad.

A lo largo de estas páginas descubriremos que algunas de estas familias se vieron en la obligación de dejar sus lugares de origen y comenzar desde cero un nuevo proyecto en nuestra región. Y esto nos hace reflexionar sobre la importancia de la acogida a los migrantes y su proceso de adaptación e integración en la sociedad local. La llegada de personas que proceden de un contexto cultural distinto es siempre un don para los dos grupos involucrados, el que acoge y el acogido, y este encuentro siempre se convierte en “una oportunidad de enriquecimiento y de desarrollo humano integral de todos” (Papa Francisco, Fratelli tutti, n. 133). La cálida acogida al que viene de fuera es lo que siempre ha caracterizado a la gente de

nuestra ciudad de Chiclayo – lo que le ha llevado a ganarse el apelativo de “Capital de la Amistad”. Gracias a la buena hospitalidad de nuestra gente de antaño, estos hermanos que llegaron de otros lugares del Perú y del mundo hicieron de nuestra tierra su propia patria compartiendo sus sueños, anhelos y proyectos en beneficio de todos. De esta bella cualidad de nuestra gente, este servidor puede dar testimonio. Desde el día de mi llegada como nuevo obispo de Chiclayo en el 2014 hasta la actualidad, he podido sentir la acogida de la gente hacia mi persona, no sólo en el centro de la ciudad, sino también en los lugares más alejados de la Diócesis.

Manifiesto mi agradecimiento y felicitación a todos los que han participado en la realización y publicación de este libro “¡Viva Lambayeque! Tierra de emprendedores”, que se presenta como una contribución a la cultura lambayecana, y cuya lectura hará redescubrir la importancia fundamental de la familia y los valores humanos y cristianos que siempre han caracterizado a nuestra gente de Lambayeque.



Monseñor Robert F. Prevost, O.S.A
Obispo de la Diócesis de Chiclayo



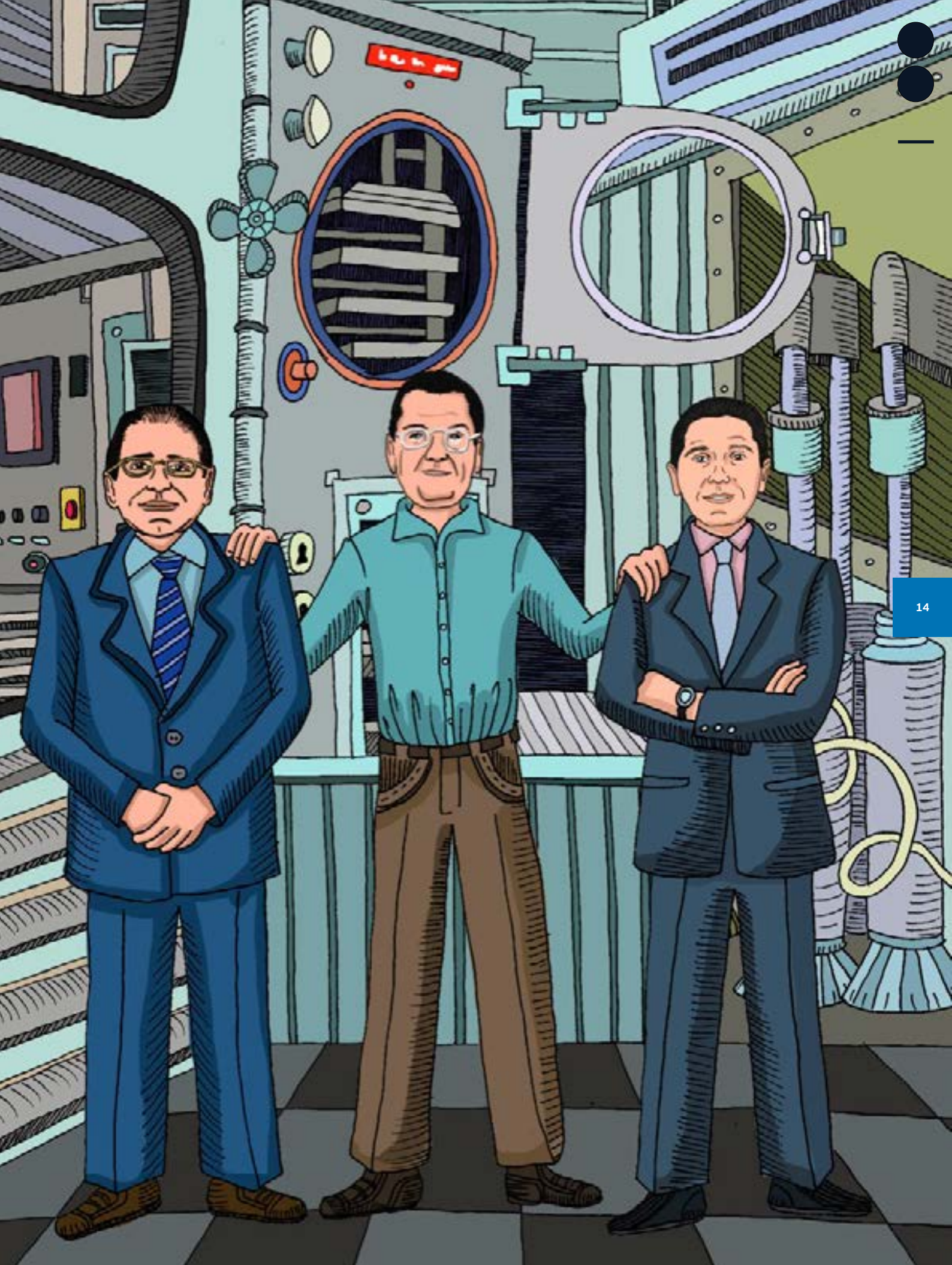
índice ...





Haz **clik** en el título para ir directamente al capítulo







AC Farma

Familia Arriola Colmenares.

Dos hermanos que innovan en el mundo farmacéutico

15

Su padre les enseñó a nunca dar como respuesta un “no se puede”. Por eso, cuando los hermanos Arriola Colmenares saben que un medicamento es necesario pero muy difícil de producir, su decisión es inmediata: “vamos a fabricarlo”. Con esa misma pasión por asumir retos, fue que ambos chiclayanos fundaron AC Farma, una empresa que, desde su creación en 1997, no ha dejado de propiciar cambios importantes dentro del rubro farmacéutico en nuestro país, además de un impacto notable en la salud pública.

Parte de este éxito, recae sin duda en la visión que cada uno de los hermanos aporta desde su respectiva profesión: Juan, médico, y Enrique, economista. Al mismo tiempo, ambos comparten una misma visión estratégica que les ha permitido afrontar situaciones difíciles y sacar adelante un emprendimiento que iniciaron en un pequeño espacio de la residencia donde vivían, en Lima, la ciudad a la que habían migrado para estudiar.

Pero muchos años antes de que los hermanos Arriola Colmenares fundaran AC Farma y apostaran por innovar dentro del mundo de los medicamentos, su formación empresarial comenzaría en casa y con el mejor de los maestros: su padre.

Un joven amante de la medicina

Don Enrique Arriola Rojas nació en Chongoyape, distrito de Chiclayo, donde además su padre, el abuelo de los fundadores de AC Farma, era el dueño de un hotel. Según cuenta Juan Arriola, fue en dicho negocio donde don Enrique, siendo muy joven, vería continuamente llegar a los visitantes médicos, que eran como los “gentlemen” de esa época, dedicados a reunirse con los médicos de la zona y visitar las farmacias para presentar sus productos.



Familia *Arriola Colmenares*

1994



El padre de los hermanos Arriola cae enfermo y ellos tienen que sacar adelante la empresa por su cuenta.



1993

Los hermanos Juan y Enrique Arriola, junto a su padre, don Enrique, fundan la Distribuidora Droguería Sagitario.

1997

Tras iniciar como distribuidores e importadores, los hermanos fundan AC Farma, dedicada a innovar en la producción de medicamentos.



2000
2002

AC Farma obtiene los registros sanitarios para fabricar medicamentos contra la malaria.



2020

AC Farma es pionera en advertir sobre la pandemia de COVID-19 y desempeña un papel destacado frente a la misma.

La compañía recibe el premio Empresa Lighthouse y la Medalla Naval de Honor al Mérito.

2006

AC Farma tiene la primera planta certificada para la producción de productos oncológicos liofilizados en el Perú.

La empresa es finalista del Premio Creatividad Empresarial por implementar su planta certificada para la producción de productos oncológicos liofilizados.



2021

AC Farma recibe el Premio a Empresa Solidaria de Adex y la Medalla al Mérito Industrial de la SNI.

“

Una persona que siempre buscaba superarse y motivar a las personas a superarse. Tenía esa visión de la excelencia personal como un camino de desarrollo y lo aplicaba, sobre todo, en la familia.

Juan Arriola sobre su padre

“Siempre le gustó y le llamó la atención. Era emprendedor en ciertas cosas. Por ejemplo, desde muy chico aprendió a colocar inyecciones y cobraba por ello. Como siempre le decíamos, él era un médico no graduado: siempre tenía un consejo de salud, siempre estaba leyendo, informándose y promoviendo la salud dentro del alcance de sus conocimientos”, afirma Juan, a la vez que sonríe al recordar aquella pasión de su padre por la medicina. “Es un rasgo familiar, yo diría hasta genético, porque todos se creen doctores”, agrega, con la misma sonrisa.

Junto a este interés por la medicina, el padre de los hermanos Arriola se caracterizó por ser alguien que siempre estaba buscando cómo crecer. El mayor de sus hijos varones, Enrique, quien lleva su nombre, se refiere a él como un hombre constantemente enfocado en progresar, tanto a nivel personal como profesional. Menciona, además, que trabajó por alrededor de cuarenta años para el Grupo Cuglievan, que además de ser dueño de las antaño famosas galerías chiclayanas, poseía negocios en distintos rubros, entre ellos, el farmacéutico.

“Él estaba directamente relacionado, como gerente de ventas o comercial, en aquel momento, de lo que era la parte farmacéutica. Tenía a cargo todas las droguerías que tenían desde Tumbes hasta Lima, y tenía la parte de laboratorio, en Chiclayo. Nosotros nacimos alimentándonos del conocimiento relacionado a la parte de medicamentos”, asegura Enrique Arriola hijo.

La señora Yolanda Colmenares, esposa de don Enrique e hija de un reconocido hacendado del distrito de Oyotún, llegó a ser madre de cuatro mujeres y dos varones. Estos últimos, ahora convertidos en empresarios, recuerdan con nostalgia aquellos años de infancia en Chiclayo, cuando vivían en la cuadra once de la avenida Bolognesi, cerca del aeropuerto de la ciudad y de la desaparecida fábrica de Perulac. Una época de partidos de fútbol en plena avenida, pero también, de importantes lecciones que llevarían consigo para toda la vida.

Las enseñanzas de un padre

El deseo de crecer fue siempre una consigna para don Enrique y lo fue, además, desde su primer día como trabajador del Grupo Cuglievan, donde comenzó como vendedor pero que fue, poco a poco, escalando posiciones. Esa necesidad de superarse, además, sería algo que siempre estaría dispuesto a compartir y transmitir a otras personas.

“Una persona que siempre buscaba superarse y motivar a las personas a superarse. Tenía esa visión de la excelencia personal como un camino de desarrollo y lo aplicaba, sobre todo, en la familia. Eso significaba, muchas veces, esa suficiente presión como para hacerte ambicionar y desarrollarte superando, incluso, tus propios paradigmas, temores y visiones”, describe Juan Arriola.

Ya desde entonces, además, su padre les dejaría una de las mayores enseñanzas de vida, que suelen poner en práctica con AC Farma hasta la fecha y, según la cual, nunca existe un “no se puede”. Así lo explica el menor de los dos hermanos Arriola: “Esa actitud, según la cual todo es posible si uno se lo propone, forma parte del ADN de un emprendedor. Entonces, no había obstáculo que no se pudiera resolver, siempre había una solución ante cualquier problema. Esa actitud viene desde la familia”.

A dicha postura ante la vida, se sumaba el vasto conocimiento del sector farmacéutico que poseía don Enrique. Los hermanos Arriola Colmenares recuerdan que, en aquel entonces, cuando las relaciones entre miembros de una misma empresa eran mucho



más cercanas que en la actualidad, a la casa de la familia solían llegar los principales gerentes y dueños de laboratorios farmacéuticos del Perú.

Lo anterior les permitió conocer de cerca, desde muy temprano, a las personas que formaban parte del sector. Pero, a la par, el padre también se preocupaba por acercarlos a la actividad que le permitía sostener el hogar. Hijos e hijas, en algún momento, durante las vacaciones, pasaron por los almacenes donde él trabajaba. En dicho lugar, aprendían sobre los productos, su organización y manejo: toda una aventura que alimentaba su curiosidad propia de la niñez. Así, también, irían comprendiendo la importancia del trabajo como un elemento que dignifica.

El aprendizaje tampoco podía faltar dentro de la misma casa. El señor Arriola, según indican sus hijos, solía ponerlos a prueba con concursos de matemática, en los cuales había que conocer desde las operaciones básicas hasta medidas como la gruesa, la milla o la onza. “Sin querer, nos estaba dando la base de una formación comercial, era como un curso acelerado in house de elementos que luego uno decía: qué tiene que ver; pero que, a lo largo de la vida, nos han venido sirviendo de manera permanente”, asegura Juan Arriola.

“

Sin querer, nos estaba dando la base de una formación comercial, era como un curso acelerado in house de elementos que luego uno decía: qué tiene que ver; pero que nos han servido de manera permanente.

Juan Arriola sobre su padre

Un liderazgo vivencial

Para los hermanos fundadores de AC Farma, su padre no solo profesaba un amor por lo que hacía, sino que realmente vivía cada instante de su trabajo, como parte de un “liderazgo vivencial”.

Parte de esa filosofía, además, era una capacidad que hasta hoy sus hijos miran con especial admiración: la habilidad para lograr un equilibrio entre el trabajo y la vida personal. Es así que, los fines de semana, eran infaltables las salidas en familia. Hoy, los hermanos mantienen recuerdos imborrables de aquellas veces en que su padre les enseñaba a pescar o los llevaba en grupo al bosque, de cacería, sin importar que, en ocasiones, terminaran por ahuyentarle las presas.

Lo importante era compartir esos momentos invaluable que, según rescatan los ahora empresarios, uno llega a valorar más con el tiempo, cuando le toca el turno de desempeñarse como padre. Incluso entonces, las enseñanzas de vida de don Enrique estaban presentes, fortaleciendo aquellas bases que luego servirían para sostener el desarrollo de sus hijos como emprendedores del sector farmacéutico.

“Nos enseñó a hacer de todo. Esa es la parte más importante, porque hacer una empresa desde cero, empezar sin tener nada e ir desarrollándose hasta lograr lo que tenemos actualmente, no ha sido de la noche a la mañana. Todo ha sido a punta de esfuerzo, dedicación, de estar involucrados totalmente. Y esas son enseñanzas que, luego, te das cuenta que son parte de una educación más allá de cualquier conocimiento que puedes encontrar en un libro”, apunta Enrique Arriola Colmenares.

Momentos especiales

1. De izquierda a derecha: Enrique Arriola Colmenares, Enrique Arriola Rojas y Juan Arriola Colmenares. Mayo 1974.
2. A la izquierda, Enrique Arriola Colmenares, a la derecha, Enrique Arriola Rojas.
3. Juan Arriola Colmenares recibiendo su colegiatura de médico en el CMP, año 1994.
4. Adquiriendo maquinarias en New York, año 2003.
5. Representando a Perú en la asamblea anual de ALIFAR (Asociación Latinoamericana de Industrias Farmacéuticas), año 2003.





Tal como indican los emprendedores, todo lo aprendido desde entonces terminó repercutiendo en su trayectoria y resultó crucial para afrontar los retos que iban apareciendo. Esto sin olvidar una actitud que les sería igual de valiosa para su crecimiento: el tener una visión amplia y mirar siempre más allá de las fronteras. Don Enrique, pese a ser un ejecutivo de una compañía de provincia, tenía la oportunidad de realizar viajes internacionales como parte de su trabajo, algo que siempre supo aprovechar para seguir aprendiendo y, por supuesto, para compartir dicho entusiasmo por lo nuevo con su familia.

“Cada vez que viajaba a Estados Unidos, a Colombia, a Ecuador, a cualquier lugar, siempre traía una lección. Le gustaba mucho tomar fotos y venía con la moda: si se iba a Colombia, por ejemplo, venía con sus casetes de música colombiana. Trataba siempre de transmitir todo lo que había aprendido y le había impactado, para que la familia pueda aprenderlo, comprenderlo y valorarlo”, indica el menor de los hermanos.

Caminos distintos que coinciden

A la par de las lecciones paternas, los hermanos Arriola Colmenares recuerdan haber crecido en un Chiclayo con mucho movimiento económico, entre los años sesenta y setenta, un contexto que también sirvió para ir perfilando sus aspiraciones dentro del mundo empresarial. Dos elementos de aquel entonces llamaron especialmente su atención: los aviones llegando y partiendo del aeropuerto, ubicado a pocos metros de su vivienda, y el tren de las cooperativas que veían pasar, también cerca de casa, cargado con sacos de azúcar.

Pero si bien los seis hijos de la familia Arriola Colmenares eran muy unidos y llegaron a compartir este asombro ante una época ahora lejana en la historia de la ciudad, Juan y Enrique, por aquel entonces, trazaban sus propios caminos por separado. Después de todo, se llevaban cuatro años de diferencia y cuando Juan todavía estaba en tercero de secundaria, ya Enrique era el hermano mayor que había terminado el colegio para irse a estudiar a Lima.

Sería en la capital donde sus caminos volverían a unirse, años después, cuando Juan fue el siguiente de los hermanos varones en seguir esta dinámica característica de muchos jóvenes de provincia: migrar a una urbe más grande para poder formarse como profesional. Enrique, ahora licenciado economista de la Universidad Nacional del Callao, y quien ya para entonces conocía cómo era la vida en Lima, fue el mejor apoyo que pudo tener su hermano recién llegado.

“Ya estábamos juntos, en un mismo proceso, conviviendo, compartiendo el día a día, las alegrías, las preocupaciones. La vida inicial de dos chicos viviendo fuera de su familia, en Lima”, reflexiona Juan, quien actualmente es médico cirujano, formado en la Universidad Peruana Cayetano Heredia, con un diplomado internacional en gestión de servicios de salud.

Fue en aquellos años, durante aquellas experiencias de dos jóvenes alejados de su familia y buscándose un futuro en la capital, viviendo juntos en una pensión, que Juan y Enrique fueron forjando un entendimiento mutuo que luego sería una de las piezas claves de su éxito como empresarios.

“

Todo ha sido a punta de esfuerzo, dedicación, de estar involucrados totalmente. Y esas son enseñanzas que, luego, te das cuenta que son parte de una educación más allá de cualquier conocimiento que puedes encontrar en un libro.

Enrique Arriola Colmenares

Los inicios de un emprendimiento

Con el tiempo, Enrique ingresó a trabajar en la misma empresa que su padre, quien en 1986 ya se había trasladado a Lima para encargarse de la sucursal de la droguería. Esta sería la ocasión más que perfecta para poner a prueba las enseñanzas asimiladas desde casa.

“Cuando ingresé a trabajar no lo hice como gerente o administrador. Empecé desde abajo, como chofer, repartidor, almacenero, jefe de almacén, en Créditos y Cobranzas... pasé por diferentes etapas. Creo que algo propio de la crianza antigua era que debías tener conocimiento de todo. Esto en mi caso sirvió muchísimo porque, ya en tu propio emprendimiento, puedes tomar decisiones y actuar de acuerdo con el conocimiento que has obtenido en el transcurso de los años, en las diferentes áreas de una empresa”, recalca el economista.

Sobre el origen de dicho emprendimiento, los hermanos precisan que no empezaron con AC Farma, sino con una empresa mucho más pequeña, dedicada solo a la distribución de medicamentos. “Enrique y mi papá trabajaban juntos en Cuglievan. La empresa estaba enfrentando algunas crisis internas de *management*, entonces, yo siempre los retaba a ambos y les decía: por qué no abren una empresa”, afirma Juan Arriola.

El médico cuenta que, inicialmente, si bien su hermano se mostraba más dispuesto a secundar la iniciativa, su padre era un poco más reticente. “Con Enrique nos pusimos de acuerdo y, en una reunión, lo presionamos un poco, hasta que finalmente nos dijo: vean ustedes, y si es tan fácil como dicen que es, ármenlo. Ese era siempre su estilo, nunca cedía un paso sino que tenías que ganártelo, demostrarle con convencimiento pleno y seguridad”. El padre, como siempre lo había hecho, acababa de plantearles un reto y sus hijos no dudaron en aceptarlo.

Juan, por entonces, estaba terminando la carrera y tenía en mente viajar al extranjero. Decidió quedarse para apoyar por unos años, mientras culminaba su tesis. El emprendimiento familiar empezaría con los dos hermanos y su padre.

Más allá de la convicción que mostraban, Enrique y Juan, en realidad, habían asumido un reto que tampoco sería fácil de superar. Eran inicios del 93 y una de las primeras dificultades que encontraron es que no existía un marco regulatorio preciso que les indicase cómo debían constituir su empresa. No había Internet y los celulares estaban reservados solo para quienes estaban dedicados muy de lleno a los negocios.

Los hermanos, casi desde cero, empezaron a hacer las averiguaciones y trámites necesarios, valiéndose solo de una computadora cedida por Enrique y una máquina de escribir. Así, en un pequeño espacio de su residencia que hacía las veces de oficina y con un área que acondicionaron en el jardín para que sirviera como almacén, darían los primeros pasos con su emprendimiento: la Distribuidora Droguería Sagitario, fundada el 16 de agosto de 1993.

Posteriormente, con ese primer impulso que les otorgó el haber crecido conociendo a profundidad el negocio de los medicamentos, lograron alquilar un espacio más grande, donde comenzaron a desarrollar un trabajo más organizado. No obstante, como suele ocurrir en la vida y sin que la empresa cumpliera aún su primer año de existencia, una situación inesperada llegaría para poner aún más a prueba a los hermanos Arriola Colmenares. Una situación que, en realidad, afectaría a toda su familia y, en especial, a su querido padre.



Una crisis sorpresiva

En 1994, el padre de los hermanos Arriola, don Enrique, sufre una extraña y fuerte enfermedad que lo lleva a estar internado casi 45 días en la clínica Javier Prado. Fueron momentos de incertidumbre, en los que el señor tuvo que entrar y salir de la sala de operaciones en varias oportunidades. Pese a ello, la situación de don Enrique empeoraba, al punto de no poder sostenerse en pie y tener que recurrir a transfusiones de sangre.

Por entonces, Juan Arriola recuerda haberle preguntado al médico que trataba a su papá en Lima, quien era su profesor en la universidad, si realmente había una posibilidad para él o si debía llevarlo al extranjero esa misma noche. “Me dijo: llévalo. Y agradecemos su sinceridad, porque gracias a eso fue que pudimos contar con mi padre por casi siete años más”, señala el empresario. Tras las coordinaciones respectivas con familiares fuera del país, lograron trasladar a don Enrique para que sea tratado en Estados Unidos.

“

Algo propio de la crianza antigua era que debías tener conocimiento de todo. Esto en mi caso sirvió muchísimo porque, ya en tu propio emprendimiento, puedes tomar decisiones y actuar de acuerdo con el conocimiento que has obtenido.

Enrique Arriola Colmenares

Los hermanos Arriola tienen bien grabado en su memoria aquel momento de auténtica crisis. “Primero, por la salud de nuestro padre, la presión de que todo esté bien y, a la vez, el cómo mantener esta operación que estaba en un estado incipiente y de la cual dependía el ingreso familiar”, recalca Juan, refiriéndose a la empresa que habían formado los dos hermanos y su padre. En efecto, con este último ya desvinculado de la empresa Cuglievan, la Distribuidora Droguería Sagitario representaba el principal sostén económico de la familia.

Esto sin mencionar que la recuperación de don Enrique había representado el sacrificio de todo el capital operativo de la empresa. Mientras tanto, en Estados Unidos, pudieron detectar al fin la causa del mal que padecía el padre de los hermanos Arriola: sufría de miastenia gravis, una enfermedad que lo dejaba imposibilitado para continuar dedicándose a las ventas, la actividad que tanto había amado desempeñar a lo largo de los años.

La familia es lo primero

De golpe, como suele ocurrir en la vida, la responsabilidad había quedado completamente puesta sobre los hombros de Juan y Enrique. Sin embargo, fieles a las enseñanzas de su padre, los hermanos decidieron que pondrían “toda la carne en el asador” para poder recuperarse. No faltaron los sacrificios, como el hecho de que Juan tendría que dejar de lado, por el momento, sus planes de estudiar su especialidad en el extranjero para poder así enfocarse en sacar adelante la empresa.

Hoy, los hermanos consideran que uno de los factores cruciales para superar aquella época difícil, fue el haber desarrollado un entendimiento mutuo que, incluso a la



1



2



3

Sucesos para recordar

1. Dr. Juan Arriola recibiendo el premio internacional BIZZ Awards, en la categoría Laboratorio Farmacéutico en New York, año 2006.
2. Laboratorios AC Farma, primera empresa en hacer productos liofilizados para el cáncer.
3. Moderna planta farmacéutica para medicamentos inyectables usados para COVID-19.
4. A la izquierda, Enrique Arriola Colmenares, a la derecha, Dr. Juan Arriola Colmenares, año 2022.
5. Enrique Arriola Colmenares (izquierda) y Dr. Juan Arriola Colmenares (derecha) en la ceremonia de premiación de los Premios LEC - Líderes Empresariales del Cambio 2022, iniciativa de EY, El Comercio y Asbanc.



4



5



fecha, sigue siendo su principal virtud al momento de tomar decisiones. “Tenemos la misma visión, el mismo análisis y eso ayuda muchísimo en una empresa, porque las divergencias pueden generar muchas rupturas y situaciones complejas”, refiere Enrique, quien considera que casi el 99% de las veces sus decisiones coinciden, lo cual les permite actuar de manera paralela, convencidos de estar siguiendo el rumbo que el otro también habría tomado.

“Hemos tenido, antes que nada, el respeto mutuo y la capacidad fraterna de mantenernos unidos, porque en este camino de la vida pueden aparecer muchísimas situaciones, pero siempre hemos tenido como bandera que la familia es primero”, afirma Juan Arriola.

Los hermanos consideran que dicha máxima sobre la familia es también uno de los pilares de su filosofía como empresarios. Consideran, además, que otro factor fundamental es la capacidad de adaptación, más aún teniendo en cuenta los cambios que se producen constantemente en el país y en el mundo. Como prueba de ello, mencionan la reciente crisis global por la pandemia y el hecho mismo de que el rubro

“

Tenemos la misma visión, el mismo análisis y eso ayuda muchísimo en una empresa, porque las divergencias pueden generar muchas rupturas y situaciones complejas.

Enrique Arriola Colmenares
sobre su hermano Juan

en el que trabajan les exige estar en constante mejora, con el fin de responder a los estándares que se manejan a nivel internacional.

El camino hacia AC Farma

Con Distribuidora Droguería Sagitario, los hermanos Arriola empezaron bajo una lógica de distribución local, para pasar luego a la importación de medicamentos. Nuevamente, en un contexto nacional sin procedimientos definidos y donde la información era de muy difícil acceso, los emprendedores tuvieron que comenzar casi desde cero. El reto, nuevamente, no los amilanó. Buscaron datos en embajadas y, a punta de teléfono y fax, comenzaron a contactarse con empresas del extranjero.

“El 80% no sabía dónde quedaba el Perú; me preguntaban en qué parte de África. Estábamos en 1995 y otros nos decían que tenían pensado ingresar a Latinoamérica en el 2005”, cuenta Juan Arriola sobre las respuestas que recibieron durante esa ardua búsqueda con el fin de importar medicamentos.

Después de todo, como bien explican, por aquel entonces el Perú era visto como una zona de alto riesgo para los inversionistas. Pese a ello, lograron convencer a varias empresas, en gran medida gracias a presentarse como una compañía nueva pero con un valor agregado: contar con el componente técnico médico. En otras palabras, contaban con la visión médica que Juan aportaba como profesional y el poder hablar el mismo idioma que dichas compañías. Al mismo tiempo, según indican los hermanos, el Perú empezó a pasar por un proceso de mejora en sus compras públicas, al originarse las licitaciones. Esto los llevó a plantear una primera estrategia clave: usar un modelo de penetración inverso.

“

Tenemos la misma visión, el mismo análisis y eso ayuda muchísimo en una empresa, porque las divergencias pueden generar muchas rupturas y situaciones complejas.

Enrique Arriola Colmenares
sobre su hermano Juan

Juan lo explica de este modo: “Clásicamente, una compañía farmacéutica empezaba en el sector privado. Después de cinco o diez años, ya siendo conocida, crecía en una parte productiva y recién entonces ingresaba al sector público, donde se trabajaba con volúmenes más grandes. Nosotros volteamos el modelo: ingresamos primero al sector público, lo cual fue una apuesta muy fuerte, pero al ser importadores, lo que hicimos fue ubicar productos de compañías con certificaciones internacionales y que en nuestro país no tuvieran muchos competidores”.

Esto, junto a un permanente análisis de las necesidades de la salud en el país, les permitió tener buenos resultados en este proyecto inicial, al punto que llegó a generar incomodidad en otras empresas nacionales. Como consecuencia, las regulaciones empezarían a cambiar, pasando de incentivar las importaciones a dificultarlas. Frente a este nuevo giro de las circunstancias, Juan y Enrique volvieron a hacer una evaluación estratégica y, en 1996, decidieron incursionar en la producción local de medicamentos, sin dejar de lado la importación. Sería a raíz de dicha decisión que, al año siguiente, nacería Laboratorios AC Farma.

Asumiendo nuevos retos

Dispuestos a crecer aún más, ahora con la naciente AC Farma, los hermanos Arriola desarrollaron un concepto productivo que tenía como base su expertise, tanto comercial como de importación, pero mucho más importante aún: la reputación que habían ganado fuera del país.

“Otra de las cosas que heredamos de nuestro padre es que existían principios que, para él, eran sagrados. Él pagaba todas sus facturas a sus proveedores y nosotros trabajamos de esa manera: éramos religiosos en pagar, sumamente puntuales, incluso antes de tiempo, y eso nos dio la reputación de ser una compañía seria”, refiere Juan Arriola.

Tal era la confianza que habían generado en las empresas extranjeras, que ya eran recomendados por sus proveedores en países como Alemania, Francia, Italia y España. AC Farma no tardó, así, en convertirse en el foco de atracción para distintas firmas que buscaban ingresar al país. Luego, ya como industriales, los empresarios empezaron a desarrollar, a nivel local, muchos de los productos que importaban. Su interés, incluso, se dirigió a los productos más complejos de producir, algo que los obligó a invertir en tecnología de manera muy temprana.

“Empezamos a centrarnos en ese tipo de producto más complejo, ese con el que otros fabricantes no querían meterse porque era más difícil, porque había mucha merma, porque tenía dificultad técnica o porque había que comprar un equipo especial. Nos fuimos centrando en ese tipo de productos, de mediana y alta complejidad”, narra el hijo médico de la familia Arriola Colmenares.

Como habían hecho desde pequeños, siguiendo las enseñanzas de su padre, los hermanos Arriola estaban dispuestos a aceptar retos tan grandes como traer al Perú una tecnología que, hasta entonces, no existía en el país: la liofilización farmacéutica, que permite transformar en productos terminados los principios activos que se utilizan en medicamentos para tratar el cáncer y otras enfermedades.

Enrique Arriola Colmenares vuelve, con dicha experiencia, a la lección clave que heredaron de su padre: “no existía un imposible, tuvimos que traer, primero,



equipamiento que no existía, y segundo, profesionales que tuvieran conocimiento sobre el manejo de estos equipos. Fue bastante complejo, un reto para nosotros, pero logramos hacerlo y fue un hito muy importante para la compañía”.

Pero este logro, además, convertiría a AC Farma en un ejemplo para las mismas autoridades sanitarias del país. De esta manera, el trabajo de los dos hijos de don Enrique ya no solo tenía que ver con el ámbito empresarial, sino que era capaz de trascender e impactar en la salud pública.

Crecimiento y repercusión social

Para tener una idea de la magnitud de lo logrado por AC Farma, cabe indicar que, a inicios de los 2000, no existía la posibilidad de que un medicamento para el cáncer fuera fabricado en el Perú. “Al tratarse de sustancias y principios activos muy sensibles y costosos, nadie quería hacer un proyecto en el que podías tener un alto riesgo de fallar. Lo que hicimos fue viajar al extranjero, entender cómo funcionaba y traer tanto la tecnología como los profesionales necesarios”, detalla Juan Arriola.

“

El 80% no sabía dónde quedaba el Perú; me preguntaban en qué parte de África. Estábamos en 1995 y otros nos decían que tenían pensado ingresar a Latinoamérica en el 2005.

Juan Arriola Colmenares

Esa misma visión de obtener logros que, además, repercutieran a nivel de la salud pública, llevó a que AC Farma fuera también la primera empresa, en el 2000 y 2002, que obtuvo los registros sanitarios para fabricar medicamentos contra la malaria, logrando con ello aportar a la disminución de los casos de dicha enfermedad. Asimismo, registraron la fabricación de tres medicamentos para tratar la tuberculosis multidrogoresistente, produciendo más de 34 millones de dosis para luchar contra el mencionado mal.

De igual modo, AC Farma ha fabricado casi 140 millones de antirretrovirales para pacientes infectados por VIH durante los últimos veinte años, una iniciativa que promovieron, incluso, tres años antes de que el Ministerio de Salud del Perú comenzara a adquirir y distribuir gratuitamente tales medicamentos. En el 2006, la empresa consiguió tener la primera planta certificada para la producción de productos oncológicos liofilizados, además de obtener una primera adjudicación para abastecer con medicamentos inyectables contra el cáncer a los hospitales del país. Con este proyecto, además, la compañía llegó a ser finalista del Premio Creatividad Empresarial.

Esta decisión de los hermanos Arriola, al orientarse a la fabricación de medicamentos de alta y mediana complejidad, guarda relación también con el problema de salud que atravesó su padre, cuya enfermedad solo podía ser tratada con un fármaco difícil de conseguir. “Se llama bromuro de piridostigmina y solo había de una marca que no tenía buena atención al mercado. Lo detectamos porque nuestro padre no conseguía el medicamento, así que, nuevamente: producto con reto difícil de fabricar, vamos a fabricarlo”, revela Juan Arriola.

“

No existía un imposible, tuvimos que traer equipamiento que no existía y profesionales que tuvieran conocimiento sobre el manejo de estos equipos.

Enrique Arriola Colmenares

Presencia en gremios y reconocimientos

Al haber tenido que afrontar en carne propia las limitaciones que presentaba el país cuando decidieron emprender, los fundadores de AC Farma se han preocupado siempre por transmitir las necesidades de su sector, tanto industrial como farmacéutico, a las autoridades de turno. Debido a ello, su participación también ha sido constante en distintos gremios.

Juan, por ejemplo, ocupa actualmente cargos como el de primer vicepresidente de Adex (Asociación de Exportadores), presidente del Comité de Fabricantes de Productos Farmacéuticos de la SNI (Sociedad Nacional de Industrias), entre otros. Enrique, a su vez, ha participado como vicepresidente (2010-2012) y secretario (2009-2010) de la Asociación de Industrias Farmacéuticas Nacionales (Adifan).

Asimismo, su trabajo los ha hecho merecedores de reconocimientos, como el Premio a Empresa Solidaria otorgado por Adex y la Medalla al Mérito Industrial de la SNI, ambos durante el 2021. Un año antes, también recibieron el premio Empresa Lighthouse, representando al Perú en Alianza del Pacífico-Dimensión Covid, así como la Medalla Naval de Honor al Mérito por parte de la Marina de Guerra del Perú. Y también han sido nominados, junto con otras empresas reconocidas, para el Premio Líderes Empresariales del Cambio – LEC, otorgado por EY.

Como dato curioso, Juan Arriola dice recordar el momento en que recibieron la Medalla al Mérito Industrial de la SNI. Hasta entonces, recordaba haber visto que la misma era otorgada a gente con muchos años de trayectoria en el sector industrial. “Imagínate el orgullo al recibir este premio, estos atrevidos muchachos de Chiclayo que entraron a revolucionar un poco el sector farmacéutico y la salud pública”, señala, sonriente.

Pioneros frente a una crisis mundial

La más reciente prueba de fuego para los hermanos Arriola, siempre dispuestos a aceptar los retos que trae consigo la vida, tuvo que ver con la crisis global debido a la pandemia de COVID-19, que empezaba a extenderse allá por fines del 2019 e inicios del 2020.

Como relatan los dos empresarios, estar inmersos en el sector farmacéutico les permitió ser de los primeros en advertir a las autoridades peruanas sobre el peligro que representaba el virus. “Wuhan es un centro de producción de principios activos farmacéuticos muy importante en China. Entonces, rápidamente, el cierre de esa ciudad (donde por primera vez fue detectado el virus) impactó en la cadena logística”, explica Juan Arriola.

Agrega que, cuando el virus llegó al Perú, AC Farma constató que ya fabricaba ocho de los diez primeros productos considerados por la norma técnica para afrontar la enfermedad.

“Éramos, además, el principal proveedor del Estado en ese momento, entonces, como siempre decimos en la empresa: cuando tú vendes un medicamento al Estado en una licitación es un negocio; cuando vendes cinco, es un gran negocio; cuando vendes veinte, es una responsabilidad, porque si tú fallas, falla toda la cadena del servicio de salud. Nuestra filosofía es esa: asumimos una responsabilidad y nos preparamos para cumplirla”, afirma.



El otro gran reto de la pandemia, como señalan los hermanos, fue cuidar de su propio equipo de trabajo, conformado por más de 900 trabajadores, y adoptar medidas de mitigación de riesgo, incluso cuando todavía no existía una guía del Ministerio de Salud para ello. Esto aunado a su preocupación por evitar, a toda costa, que el país sufriera de falta de medicamentos. Todos estos fueron desafíos considerables, pero que lograron superar con éxito.

Familia y entrega

Con oficinas y fuerza de ventas en todo el país, AC Farma es una empresa que sigue innovando dentro del rubro farmacéutico. Sus fundadores, Juan y Enrique Arriola, dos chiclayanos que crecieron aprendiendo sobre el trabajo y la vida gracias a las enseñanzas de su padre, tienen claro que existen elementos cruciales para superar cualquier reto: la familia, el entendimiento mutuo, la preparación y, sobre todo, el hacer las cosas con pasión.

Después de todo, saben que su trabajo tiene un propósito y lo han confirmado muchas veces, sobre todo, cuando lograron fabricar el escaso medicamento que necesitaba su padre para su tratamiento. Ese era su propósito: fabricar medicamentos de calidad para un padre, una madre, un hijo o una hija; para ayudar a personas, sin importar lo compleja que sea su enfermedad.



CORBATITAS

1.50



CANNATA

Familia

Cannata Rázuri

La familia del sabor que enamoró a Chiclayo

31

Para generaciones enteras en Chiclayo, CANNATA es una palabra que solo puede despertar recuerdos felices. Recuerdos ligados, entre muchos otros motivos, a la presencia entrañable de una familia y al sabor único de sus asados, comidas y condimentos. Una tradición indiscutible que comenzó con una pequeña tiendita de treinta metros cuadrados que fue creciendo con el tiempo, hasta conquistar por completo el paladar y el corazón de toda una ciudad.

Porque CANNATA es, en efecto, una empresa que irradia cariño y calidad desde sus cimientos. Don Humberto y doña Nelly, la pareja de esposos que fundó el local, son la mejor prueba de ello. Él, con su calidez inmensa en el trato a los clientes, y ella, con su destreza para cuidar que cada aspecto del negocio se encuentre en óptimas condiciones. Ambos con una dedicación absoluta y un amor por la comunidad que han sabido transmitir a sus hijos, quienes hoy se encargan de mantener vigente la esencia de este emblemático espacio chiclayano.

Cannata, el apellido italiano

Pero toda historia de éxito tiene un punto de partida y, en el caso de CANNATA, este se remonta a la época en que el padre de don Humberto, un italiano de nombre Francesco Cannatá, llegó al Perú allá por 1922. “El apellido legalmente es Cannatá”, menciona don Humberto, aunque la vida y sus devenires hayan hecho desaparecer aquella tilde al final de la palabra.

Con noventa años bien cumplidos, en octubre del 2021, sentado en el sillón de su casa y acompañado tanto por su esposa Nelly como por tres de sus hijas, don Humberto Cannata recuerda a su padre como aquel hombre emprendedor que se afincó en Chiclayo e inició trabajando en la construcción de carreteras.



Familia *Cannata Rázuri*

1953



Empieza a funcionar el chifa Kuo Man en Chiclayo, fundado por Humberto Cannata y Ramón Wong.



32

1922

Francesco Cannatá Consiglio, padre de don Humberto Cannata, llega al Perú tras dejar su natal Italia.



1959

El chifa Kuo Man se traslada a su segundo local, donde empieza una época de auge.

1931

Nace Humberto Cannata Ganoza en Lima. A los 19 años, se traslada a Chiclayo, donde comienza a trabajar.

1971

Fallece Ramón Wong, marcando el final del chifa Kuo Man.

1973

Humberto Cannata y Nelly Rázuri abren su propio negocio: CANNATA.



2015

2016

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo reconoce las buenas prácticas de gestión de servicios de CANNATA.

2012



Tras ir ampliando su local y oferta con los años, CANNATA renueva su imagen.

2014

CANNATA es reconocido por el Gobierno Regional de Lambayeque por su aporte al desarrollo económico del departamento.



2021

El señor Humberto Cannata, fundador del negocio, cumple 90 años.



Recuerdos memorables

1. Familia Cannata Rázuri.
Humberto Cannata, Nelly Rázuri e hijos: Mariela, Nelly, Humberto, Cecilia, Roxana y Paola. 2022.
2. Humberto Cannata con sus 8 hijos: Sonia, Pía, Mariela, Nelly, Humberto, Cecilia, Roxana y Paola. Chiclayo, 2016.
3. Productos bandera de Tienda CANNATA:
 - Sandwich de Lomo Asado (Cha Siu).
 - “Corbata” (dulce crocante bañado con miel).





Posteriormente, don Francesco, conocido como don Pancho en la comunidad chiclayana, se asociaría con otras personas para incursionar en el comercio de café. Asimismo, junto con notables ciudadanos extranjeros como él, conformarían una importante comunidad de italianos en la Capital de la Amistad. De hecho, es con uno de sus compatriotas que llegarían a fundar el mítico Hotel Astoria, recordado como uno de los más lujosos de la ciudad en su época y ubicado en la céntrica avenida Balta, a pocos metros del Parque Principal.

Sin embargo, aunque su padre tuvo a Chiclayo como el centro de sus actividades, la historia fue un tanto distinta para el señor Humberto Cannata. Nacido en Surquillo, Lima, en 1931, como el tercero de cinco hermanos, su infancia y adolescencia las viviría en la calle Dante, de dicho distrito capitalino, y también como estudiante del colegio José María Eguren de Barranco. Eso sí, recuerda haber viajado muchas veces, durante sus vacaciones, a la ciudad norteña donde vivía su padre para “cachuelear” y conocer de cerca el trabajo que hacía don Pancho.

Eran los años cuarenta y un todavía muy joven Humberto Cannata pasaba buena parte del verano viendo cómo su padre se las arreglaba para emprender y probar

De este modo, pasarían los años y la fama del negocio iría creciendo al punto de ser visitado por diversas autoridades y políticos reconocidos.

con distintos negocios, aprendiendo y cambiando de giro de acuerdo con las circunstancias. Esto, sin duda, influiría en su propio deseo de salir adelante y crear su propio negocio; pero, además, iría sentando las bases de un vínculo con la urbe chiclayana que don Humberto terminó por fortalecer en años posteriores.

“A los 19 años, vine a Chiclayo, a la casa de mi padre, que tenía ya otra familia. Vine para prepararme e ingresar a la FAP (Fuerza Aérea del Perú)”, cuenta don Humberto, mientras el recuerdo de aquellos tiempos dibuja una sonrisa en su rostro. “Comencé a trabajar y me olvidé de la FAP”, agrega.

En efecto, Humberto no tardó en sumarse, junto a sus hermanos mayores, al emprendimiento de su padre, inicialmente comprando café en Jaén y San Ignacio, para luego encargarse de su traslado hasta Lima en sus propios camiones de carga. Años después, la coyuntura nacional obligó a don Pancho a dar un giro a su negocio, fundando su tostadería de café. En tanto, Humberto, contagiado de ese espíritu emprendedor, inició sus propias actividades comerciales estableciéndose de manera permanente en Chiclayo.

El legendario chifa Kuo Man

Fue en Chiclayo, precisamente, donde Humberto Cannata se toparía con la oportunidad de iniciar su primer gran negocio relacionado con la comida. Por entonces ya tenía dos hijas, Sonia y Pía, fruto de un primer compromiso.

Según cuenta don Humberto, caminaba un día por Chiclayo junto a su primera esposa, cuando, de casualidad, vieron a una persona que esperaba en la puerta del recordado chifa Cantonés y trabajaba allí. “Era un señor de mi barrio de Lima, de

CANNATA es, en efecto, una empresa que irradia cariño y calidad desde sus cimientos.

Surquillo, aunque no lo conocí allá. Lo conocí en Chiclayo, a través de la mamá de mi hija”, refiere don Humberto. El señor en cuestión se llamaba Ramón Wong y había trabajado antes en un restaurante oriental de Lima cuyo nombre sería de gran importancia, tanto para la historia de la familia Cannata como para Chiclayo mismo: Kuo Man. Ese sería el comienzo de una amistad que los llevaría a hacer empresa juntos.

“Él pensaba siempre en hacer su chifita, pero no tenía los recursos económicos. Buscamos un local y encontramos uno frente al cine Norte. Aporté el capital, lo arreglamos, con unas seis mesitas nomás y tuvo éxito. La gente ya lo conocía en Chiclayo, por tantos años que había trabajado acá”, relata don Humberto.

Estos fueron los inicios del chifa Kuo Man de Chiclayo, ubicado inicialmente en la calle Vicente de la Vega, al frente del cine Norte, y fundado en 1953 por los amigos Humberto Cannata, en la parte administrativa, y Ramón Wong, en la cocina. Tiempo después, en 1959, el chifa Kuo Man se mudaría a un segundo local, en la calle Teniente Pinglo, muy cerca del naciente Mercado Modelo de Chiclayo. Fue el empresario Roberto Yep quien les ofreció dicho espacio, en cuyo segundo piso funcionaba el hotel Miami. Esta sería la época de mayor auge para el restaurante.

El Chifa Kuo Man se convirtió en punto de encuentro de personalidades de la región. Como dato curioso, don Humberto menciona la legendaria cercanía que tuvo su socio con el fundador del Partido Aprista Peruano, Víctor Raúl Haya de la Torre.

“Cuando Ramón trabajaba en Lima, estaba Víctor Raúl comiendo en el chifa Kuo Man, en Miraflores, y llegó la Policía. Él era perseguido por la Policía y entonces Ramón lo escondió en la cocina”, menciona el señor Cannata.

El maestro de cocina y el político entablarían así una amistad que permaneció, incluso, cuando ya funcionaba el restaurante en Chiclayo. El aprista, de hecho, solía llegar al local en compañía de varios ilustres compañeros, con quienes era atendido en privado, pasada la hora de cierre. “Cada vez que venía a Chiclayo, venía con toda su gente. Cerrábamos a las once y a las once llegaba él con todos”, rememora don Humberto. De este modo, pasarían los años y la fama del negocio iría creciendo al punto de ser visitado por diversas autoridades y otros políticos reconocidos.

Llega la década del 70 y con ella una crisis política, social y económica a nivel nacional, que sumado al fallecimiento del socio Ramón Wong, hacen que la historia de éxito del chifa Kuo Man termine dando un giro inesperado. Desde ese momento, como destaca don Humberto, las cosas no serían las mismas. La fama del local fue decayendo y finalmente se traspasa el negocio. Concluyó así una etapa importante en la vida del señor Cannata, aunque a la vez, en medio de las dificultades, asomaría una oportunidad que le traería nuevos retos y nuevas alegrías. Tanto para él, como para su familia.

El origen de una pequeña gran tienda

Corría el año 73. Cuenta don Humberto Cannata que, al principio, tuvo la idea de abrir un chifa en Jaén, Cajamarca, con un pequeño grupo de cocineros. De acuerdo con sus cálculos, con cuatro personas habría sido suficiente para sacar adelante dicho negocio en la mencionada ciudad del nororiente peruano. Estaba con esa idea en la



cabeza cuando, de repente, una vecina llegó a ofrecerle un pequeño local que ella había puesto en alquiler.

Don Humberto ya se había casado con la señora Nelly Rázuri, en el año 63. Fruto de este segundo compromiso, la pareja de esposos tenía entonces cinco hijos: Mariela, Nelly, Humberto, Cecilia y Roxana. Vivían, por aquellos tiempos, en la cuadra once de la calle Alfredo Lapoint.

Doña Nelly hasta ese momento, además de sus labores domésticas, aportaba a la economía familiar a través de trabajos de costura y venta de artículos diversos en las cooperativas de aquel entonces. Eran tiempos de estrechez económica para la familia y había necesidad de generar nuevas fuentes de ingreso.

Cuando la mencionada vecina llegó a ofrecerle el alquiler del espacio ubicado en el número 1117 de Alfredo Lapoint, a solo unas puertas de su vivienda, el señor Cannata pensó en las posibilidades: un local pequeño, de apenas treinta metros cuadrados, en el que podría abrir un negocio dedicado a la venta de cerdo asado y Corbatitas. Sin ser

Sin ser cocinero, sabía lo suficiente sobre la cocina y los sabores orientales. Su esposa, igual de dispuesta a aprender y con gran habilidad para dirigir, estaría muy animada a ser parte de este nuevo emprendimiento.

cocinero, había podido aprender lo suficiente sobre la cocina y los sabores orientales. Su esposa, igual de dispuesta a aprender y con una habilidad sorprendente para dirigir, estaría más que animada a ser parte de este nuevo emprendimiento.

Bastaría con colocar un mostrador, un horno de leña y conseguir a una persona responsable de asar el cerdo. La ubicación del espacio, además, no era un problema. A muy poca distancia, estaban los mercados Central y Modelo, a la vez que, al frente, en su primer local, el colegio Nuestra Señora del Rosario. “Me paré en medio de la calle para ver el flujo de gente. Vi que la gente pasaba, iba y venía, en grupos. Pensé entonces: si tan solo pudiéramos vender 100 Corbatitas diarias”, señala don Humberto.

Las dos niñas que abrieron CANNATA

El 23 de diciembre de 1973, en plena espera por la Navidad, abrió sus puertas por primera vez la pequeña gran tienda de la familia Cannata, en la cuadra once de la calle Alfredo Lapoint. Sin embargo, la historia de aquel primer día de funcionamiento guarda una sorpresa, pues sucedió que los fundadores del negocio, don Humberto y doña Nelly, no pudieron estar presentes para ver el inicio del mismo.

“Habíamos viajado a Lima, a comprar todo lo que necesitábamos. Acordamos con el maestro asador que ese día íbamos a comenzar a vender. Hicimos lo que teníamos que hacer en Lima, pero no podíamos regresar porque no había pasajes en ningún sitio”, relata el señor Cannata. Después de todo, eran los días previos a la Navidad. Por pura casualidad, se encontraron después con su hermano Lucho, quien podía llevarlos de

Sucesos para recordar

1. Local comercial: Atención en mesas.
2. Tienda CANNATA: Escena cotidiana en comedor.
3. Reconocimiento del Gobierno Regional de Lambayeque a CANNATA E.I.R.L., por su aporte al desarrollo económico de la región. 2014.
4. De izquierda a derecha: Teodoro Cannatá Ganoza (hermano); Francisco Cannatá Consiglio (padre), Humberto Cannatá Ganoza. Hotel Restaurant Astoria, Chiclayo. 1948.





regreso a Chiclayo en su camioneta. No obstante, a pesar de la ayuda, estaba claro que no llegarían a tiempo para la inauguración.

Mientras tanto, en Chiclayo, la incertidumbre por la demora de los padres se volvía cada vez más grande. En ese entonces, por supuesto, no existían celulares con los cuales comunicarse al instante con dos personas a kilómetros de distancia. El horno estaba listo y se acercaba la hora en que tenían planeado abrir. El maestro asador miraba preocupado a dos niñas, las hijas mayores de los esposos: Mariela, de nueve años, y Nelly, de apenas siete. Juntas, decidieron abrir.

Años después, mientras acompaña a su padre en la entrevista, junto a su madre y dos de sus hermanas, Mariela recuerda aquel día y piensa en cómo doña Nelly supo educarlas, desde pequeñas, para asumir grandes responsabilidades y tomar decisiones. Con solo nueve y siete años, respectivamente, Mariela y Nelly eran el mayor apoyo para sus padres y a pesar de su corta edad, sabían que ese era un momento decisivo para la familia.

La historia de CANNATA, como no podía ser de otro modo, es también una historia de esfuerzo y sacrificio diario.

Cuando aquella tarde de 1973, por fin, los señores Cannata llegaron a Chiclayo, angustiados por lo que pudiese haber ocurrido en su ausencia, sus caras de asombro fueron tan memorables como el trabajo que habían realizado sus hijas: tanto las ventas como la atención habían sido un éxito.

“¡Púchale!”, fue lo primero que alcanzó a decir don Humberto, una expresión característica suya y la mejor muestra de que su sorpresa era genuina.

Parte de una comunidad

Algo que no siempre se menciona sobre la tienda que abrieron los Cannata, aquel ya lejano diciembre del setenta y tres, es que inicialmente el local no llevaba el apellido de la familia. Su nombre original era “El Wantán”, en alusión a los productos orientales que se expendían.

Sin embargo, los cada vez más numerosos clientes, en vez de relacionar a la tienda directamente con El Wantán, se referían a esta como “donde el señor Cannata” o “en Cannata”. Incluso, el Lomo Asado, uno de sus productos emblemáticos, terminó siendo bautizado por el público como “Chanchito Cannata”. Con todo esto, el nombre original no tardó en ser olvidado y, solo un par de años después de su inauguración, el negocio recibió su denominación definitiva: CANNATA, un nombre instaurado por su misma clientela.

Durante la entrevista que la familia ha tenido la amabilidad de brindar, se pudo percibir la nostalgia de los hermanos al recordar aquellas épocas en que la tienda se

Mariela recuerda aquel día y piensa en cómo doña Nelly supo educarlas, desde pequeñas, para asumir grandes responsabilidades y tomar decisiones.

convirtió en su pequeña escuela, donde se aprendía desde cómo atender al público, hasta cómo sacar cuentas rápidamente.

Recuerdan, también, el Chiclayo de aquel entonces, cuando lo común era conocerse entre todos y sentirse miembros de una comunidad. De hecho, es como si la ciudad hubiese estado esperando que apareciera un lugar como CANNATA, ya que no tuvieron que recurrir a publicidad pagada para lograr que la gente llegara y se terminara enamorando de su propuesta.

La gente no tardó en convertir a la tienda en una parte importante de su vida y no era raro que alguien gritara al pasar, desde su auto, que por favor le guardasen una determinada cantidad de Corbatitas. Esto sin mencionar que, encargar en CANNATA el asado de una carne o un ave en épocas festivas, pasó a convertirse en una de las tradiciones chiclayanas por excelencia.

A su vez, como propietario del negocio, don Humberto supo distinguirse y hacer amigos gracias a su natural generosidad y don de gente que incluso le hizo merecedor de la simpatía y el respeto de la colonia china en Chiclayo. Como anécdota se puede mencionar que no ha dejado de lado su antigua afición por el Mahjong, el tradicional juego de mesa del país asiático que, pese a su complejidad, logró dominar siendo ahora el pasatiempo preferido de toda la familia.

Una lucha constante, en familia

Pero la historia de CANNATA, como no podía ser de otro modo, es también una historia de esfuerzo y sacrificio diario. No por nada, el negocio había iniciado casi desde cero, solo con una pequeña laminadora de masa de segunda mano que servía para hacer las Corbatitas y un horno artesanal diseñado por el mismo don Humberto. Todo, junto con el área de atención a los clientes, distribuido en un espacio de apenas treinta metros cuadrados.

Doña Nelly, una mujer que nunca se ha quedado con los brazos cruzados al momento de luchar por sacar adelante a su familia, vivió también aquellos días en los que, junto a su esposo, se despertaban a las tres o cuatro de la madrugada para trabajar en medio del humo de la leña, hasta que llegaban las seis de la mañana y, al fin, podían abrir la puerta para respirar un poco de aire fresco.

Ver a sus padres darlo todo para sostener el hogar, fue algo que sin duda terminó inspirando a los hijos de los señores Cannata, a quienes luego se sumaría la menor de todos los hermanos, Paola. Cada uno de ellos recuerda haber ayudado, de acuerdo con sus posibilidades, a hacer la carga de trabajo un tanto menos pesada para sus padres.

Incluso, cuando había mucha demanda por parte del público, se organizaban para ayudar desde casa, preparando y doblando los wantanes, haciendo concursos para ver quién lo hacía más rápido. Paola, de hecho, se sentaba de pequeña en el mostrador comiendo su Corbata: la publicidad perfecta.

Más que el negocio familiar, la tienda se convirtió en el segundo hogar y en un espacio querido por todos los hijos de don Humberto y doña Nelly. Esto, además, de ser el lugar en el que llegaron a pasar fiestas como el Día de la Madre, Día del Padre, Navidad o Año Nuevo, siempre dedicados al trabajo. En las celebraciones navideñas, incluso, no era raro que se quedaran hasta pasada la medianoche, pues seguían entregando las carnes y las aves horneadas a sus respectivos clientes.



A medida que crecían, esta relación con el local se iba volviendo cada vez más fuerte para los hijos de los señores Cannata. No es casualidad que, a la fecha, sean cuatro hermanos quienes se encargan de mantenerlo en funcionamiento, mientras que su madre, orgullosa, puede decir que educó a sus hijos y los hizo profesionales gracias a esta lucha constante en la tienda desde el día en que fue creada.

Creciendo junto con la necesidad del cliente

Ni siquiera las dificultades que pudieron existir en un inicio, impidieron que CANNATA fuera creciendo y diversificando su oferta de acuerdo con lo que necesitara el cliente. Por ejemplo, en una época en la que no era fácil conseguir condimentos chinos al por menor, ya que solo los chifas lograban comprarlos en grandes cantidades a los importadores, al señor Humberto Cannata se le ocurrió que podía innovar con este tipo de servicio.

En efecto, él recuerda que, cuando aún trabajaba en el chifa, una cliente se le acercó para preguntar si podía venderle un poco de salsa Mensí, pues quería preparar una receta que había visto y donde se usaba dicho ingrediente. Desde entonces, don

Ni siquiera las dificultades impidieron que CANNATA fuera creciendo y diversificando su oferta de acuerdo con lo que necesitara el cliente.

Humberto había tenido en mente la idea de vender condimentos chinos al menudeo, algo que finalmente lograría con su tienda de la calle Lapoint. Esa venta al menudeo dio pie a que don Humberto, promoviera y difundiera el uso de condimentos orientales entre las amas de casa, sus clientes más asiduas, proporcionándoles, con mucha paciencia y cariño, “tips” y recetas.

Don Humberto también recuerda, por ejemplo, a un joven que siempre llegaba desde Trujillo y que, cuando visitaba CANNATA, preguntaba por sándwiches. Siempre atento a los gustos de su clientela, los sándwiches no tardaron en incluirse dentro de lo que ofrecía al local. Luego, sucedía que algunas personas, que estaban de paso, querían comer su sándwich en el mismo establecimiento y pedían un lugar donde sentarse. Nuevamente, al poco tiempo, se instaló una mesita para tales propósitos, que luego pasó a ser un grupo de seis y hasta ocho mesas. De esta manera fue que, respondiendo a lo que buscaba el público, CANNATA fue dando espacio a nuevos productos y servicios.

Pero, como no podía ser de otro modo, este crecimiento también empezaría a darse en cuestiones de espacio. Al ver que el negocio prosperaba, comenzaron comprando el local de treinta metros cuadrados que, hasta ese entonces, habían seguido alquilando. Luego, comenzaron a comprar los inmuebles aledaños y a renovar los espacios más antiguos.

De este modo, de los treinta metros iniciales, con el tiempo el local pasó a tener más de 750 metros cuadrados. Y es que, a esas alturas, CANNATA ya no era solo una tienda de horneados, venta de condimentos y Corbatitas, sino que el público ya les

Momentos especiales

1. El Gran Milano, camión de Tostaduría Cannata. En cucullas, Humberto Cannata. Chiclayo, 1957.
2. Humberto Cannata (segundo desde la derecha), socio y administrador de Chifa Kuo Man, en local de la calle Teniente Pinglo. Chiclayo, 1959.
3. Matrimonio civil de Humberto Cannata Ganoza y Nelly Rázuri Saldaña. Municipalidad de Lambayeque, 1963.
4. Nelly Rázuri y Humberto Cannata en el local antiguo de la Tienda CANNATA. Chiclayo, 1986.





solicitaba un lugar donde poder sentarse a disfrutar de los asados o sándwiches. Esto, además, los llevó a seguir ampliando su oferta, esta vez con platos a la carta.

Entonces, el negocio que el señor Humberto había comenzado solamente con un mostrador, una laminadora pequeña y un horno artesanal, terminó por transformarse en un espacio al que la gente podía acudir para compartir con la familia y los amigos, ya sea en el desayuno, el almuerzo u otro momento del día dentro del amplio local, donde persiste la tradicional venta de asados, corbatas y condimentos.

Una pareja y un equipo

CANNATA es el recuerdo feliz de un sabor único, pero también, el de conocer a una familia que inspira unión y cariño en su trabajo. Más aún, al comprobar cómo dichos valores están presentes desde la química entre sus dos fundadores, don Humberto y doña Nelly.

Tras convertirse en el gran punto de encuentro de la comunidad chiclayana, visitar la pequeña gran tienda de la familia significaba ser recibido siempre por el señor Cannata, deteniéndose un instante, sin importar lo ocupado que estuviese, para

El cuidado y exigencia para que todo sea de calidad ha sido el otro gran pilar del sabor único ofrecido por CANNATA.

ofrecer el saludo propio de un amigo, con un apretón de manos o una palmadita en la espalda. “Y si no te alcanza, no importa, me debes, llévatelo, me pagas después”.

Esta generosidad se convirtió pronto en una muestra más de la grandeza que residía en aquel pequeño rincón chiclayano. A la par, mientras el señor Cannata se encargaba de la atención al público con su trato amable, la señora Nelly era quien se aseguraba de que todo funcionase de la mejor manera. Incluso ahora, sus hijos mencionan que sigue siendo la principal responsable de asegurarse que los condimentos usados en el local mantengan el toque y el sabor característico de CANNATA.

Además de ser una mujer trabajadora, doña Nelly, lambayecana de nacimiento, ha sabido sorprender siempre con su habilidad para resolver problemas. Sus hijos, de hecho, atesoran una de dichas ocasiones: a medida que la tienda iba creciendo y recibiendo, durante las fechas festivas, cada vez más pedidos para asar carnes y aves, se volvió mucho más difícil llevar el registro y control de cada uno de estos. Con cada vez más hornos funcionando para satisfacer la demanda y para evitar que cada atención se convirtiese en un caos, lo que hizo entonces doña Nelly fue implementar rápidamente un sistema en el que se asignaba, a cada pieza a asar, una placa de acero con un número acuñado. Resultó ser un sistema tan sencillo y eficiente que, hasta la actualidad, sigue siendo utilizado para llevar el orden, sobre todo, durante las campañas más arduas, como las de Navidad y Año Nuevo.

También es importante mencionar que, si bien ella misma reconoce haber sido poco aficionada a la cocina, doña Nelly también posee una sazón envidiable y una gran habilidad para el control de calidad de insumos y productos finales. Ese cuidado

Mientras el señor Cannata se encargaba de la atención al público con su trato amable, la señora Nelly era quien se aseguraba de que todo funcionase de la mejor manera.

y exigencia para que todo sea de calidad ha sido el otro gran pilar del sabor único ofrecido por CANNATA, de la mano con un sistema estandarizado, pero siempre teniendo como centro el toque casero de la familia. Y es por ello que, mucha gente, se sorprende al comprobar que los productos mantienen el mismo delicioso sabor de siempre, sin importar los años que pasen.

Todo lo anterior, como bien se ha dicho, solo podría ser el resultado de aquellas bases sólidas construidas por el equipo que conforman don Humberto y doña Nelly. Si ambos, en sus inicios, pensaron que con vender cien corbatas al día tendrían suficiente, el negocio que crearon no tardó en darles una gran sorpresa: llegar a tener un record de venta de dos mil Corbatas en un solo día.

Imagen renovada

Este trabajo en equipo y pasión por dar siempre lo mejor a los clientes, ha sido heredado con mucho orgullo por los hijos de los señores Cannata. A partir del 2012, además del local amplio y moderno, la empresa pasa a tener una imagen renovada, siempre haciendo énfasis en la historia y tradición del negocio.

Desde entonces, la segunda generación está al frente de la administración del negocio, manteniendo la política de trato personalizado al cliente.

Humberto, el único varón de todos los hermanos, había tenido también su propia experiencia como emprendedor cuando, años atrás, después de encargarse de una pequeña sucursal de la tienda en la misma calle Lapoint, se fue a Lima y llegó a abrir un local, también llamado CANNATA, en la avenida Petit Thouars. Su experiencia en la capital, de hecho, fue uno de los motivos por los cuales, en el local chiclayano, con el tiempo se empezarían a ofrecer platos de chifa.

El señor Cannata, quien disfrutaba atender en el establecimiento, tuvo que ir cediendo cada vez más la posta a sus hijos por motivos de salud, hasta que, desde el 2009, se retiró del trabajo presencial. No obstante, sus vástagos afirman que hasta la fecha, don Humberto sigue siempre atento a lo que ocurre en su amado negocio e, incluso, llevando las cuentas del mismo con la precisión de antaño. Por su parte, doña Nelly continúa activa liderando el equipo de trabajo.

Afrontando la pandemia

Si bien CANNATA nunca fue ajeno a las crisis que han azotado al país a lo largo de los años, momentos que la familia supo afrontar con la misma convicción puesta en su trabajo diario, esto tampoco alivió el remezón que supuso a nivel mundial la pandemia por COVID-19.

Cuando se declaró el confinamiento, en marzo del 2020, la empresa tuvo que hacer una pausa en sus actividades y, posteriormente, buscar la manera de retomarlas, adaptándose a las medidas y los protocolos necesarios para evitar los contagios. Para entonces, si bien don Humberto ya permanecía en casa, se le sumó en esto doña Nelly, a quien solo la pandemia logró distanciar físicamente de su negocio.

Todos en la empresa tuvieron que ceñirse a esta nueva normalidad, adaptando sus procesos e implementando la atención por delivery, algo que nunca antes habían hecho. Después de todo, parte de la magia de CANNATA estuvo siempre en ser un lugar acogedor o por el cual pasar para detenerse y comprar una corbatita.



Por supuesto, las dificultades no amilanaron a los miembros de la familia, quienes hasta la fecha, con doña Nelly y don Humberto guiando siempre sus pasos, continúan ofreciendo el mismo servicio que la gente de Chiclayo prefiere. A la fecha, el local ha vuelto a abrir sus puertas al público, con todas las medidas de protección necesarias e impulsando tanto su oferta en asados y comidas diversas, como sus condimentos especiales, creados con la idea de que el mismo público pueda darle ese toque especial de CANNATA a sus platillos hechos en casa.

El amor por la comunidad

“Nací en Lima, pero me siento más chiclayano”, afirma hoy don Humberto. Sus palabras son las de alguien que llegó hace más de setenta años a estas tierras norteñas y supo dar lo mejor de sí en la forma de un negocio que se ganó el corazón de la gente. A sus noventa años y salvo por algunos temas de salud, el señor Cannata mantiene una lucidez asombrosa, una curiosidad insaciable y un amor único por la familia.

En sus inicios, pensaron que con vender cien corbatas al día tendrían suficiente, el negocio que crearon no tardó en darles una gran sorpresa: llegar a tener un record de venta de dos mil Corbatas en un solo día.

45

Hoy, CANNATA es un negocio cuyo equipo lo conforman más de treinta personas, muchas de ellas con varios años trabajando en este local emblemático para Chiclayo. Dicha permanencia tiene mucho que ver con el sentimiento de crecer junto a una empresa en la que, además, existe un diálogo constante y un espíritu de equipo.

Todo este trabajo, además, ha hecho que CANNATA sea reconocido en más de una ocasión, como en el 2014, cuando el Gobierno Regional de Lambayeque destacó su aporte al desarrollo económico del departamento, o los dos años siguientes, en los que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo reconoció sus buenas prácticas de gestión de servicios.

Poco antes de terminar la entrevista, la familia Cannata menciona que, si bien es complicado ahora mismo proyectarse a futuro, esperan seguir creciendo con esta empresa familiar que además les ha permitido apoyar, en distintas ocasiones, a instituciones comprometidas con el bienestar de la comunidad chiclayana.

Al preguntarle a don Humberto sobre aquello que considera primordial para ser un buen empresario, su respuesta resume la esencia de todo lo que ha logrado con CANNATA: “amor por la comunidad”. Y para él, dicho amor se expresa también en tratar a todas las personas con respeto y amabilidad.

Todos, en efecto, pueden encontrar un hogar en CANNATA. Un hogar que permanece en el tiempo, nacido en Chiclayo, con apellido italiano y sabor oriental. Un pequeño gran espacio donde, hasta hoy, se siguen creando recuerdos felices para nuevas generaciones.





Nixa e Ida

Familia De la Fuente.

Nixa e Ida: un legado familiar de poesía y amor por Chiclayo

47

Firmaba sus escritos como Nixa y, cuando salía a caminar, solía decirle a su bisnieta: “me voy a la calle, a visitar a los viejitos”. Por entonces, don Nicanor de la Fuente Sifuentes, Nixa, tenía 106 años de edad, pero mantenía intacto ese humor ingenioso y esa misma vitalidad que plasmó en cada una de sus obras. Poeta, escritor, periodista, político, resulta difícil resumir la trayectoria de una persona que contribuyó, en gran medida, al desarrollo de Chiclayo desde diferentes campos de la actividad social e intelectual. Todo un ejemplo de vida resumido en aquel seudónimo que terminó convirtiéndose en, prácticamente, una marca personal: Nixa.

Pero don Nicanor tampoco forjaría este invaluable legado en solitario. Ida Silva Leguía, su esposa, tuvo un protagonismo igual de importante en la historia de una familia que, hasta la actualidad, mantiene vivos los ideales de aquella pareja adelantada a su tiempo, que profesaba un amor genuino por ver crecer a los demás.

Mientras el hombre de letras impulsaba el nacimiento de nuevos espacios para la cultura y la educación, la señora Ida Silva supo formar a varias generaciones de mujeres con el fin de que éstas pudieran trabajar y valerse por sí mismas. Como testimonio de aquella labor, se encuentra su dulcería La Fuente, un negocio que perdura hasta la actualidad y que ha ido pasando de generación en generación.

Así, la historia de Nixa no es solamente la de un gran hombre que dejó huella en Chiclayo, sino también la de una familia que ha sabido mantener vivas sus enseñanzas.

Los orígenes de un literato y político

Frente a la casa de Ida de la Fuente, en la urbanización Patazca, Chiclayo, se encuentra un parque que lleva el nombre de su abuelo: Nicanor de la Fuente Sifuentes. Ella y su familia



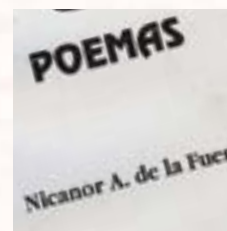
Familia *De la Fuente*



1922



Publica uno de sus primeros poemas con el seudónimo "Alejandro Nadal" en la revista Frívola.



48

1902

Nace don Nicanor de la Fuente Sifuentes, en el distrito de San José de Bellavista (Pacasmayo, La Libertad).



1924

Se publican los primeros artículos periodísticos de Nicanor de la Fuente, Nixa, en el diario "El País".

Don Nicanor empieza a intercambiar correspondencia con José Carlos Mariátegui y conoce al poeta José Santos Chocano.

1918

Don Nicanor empieza a vivir en Chiclayo, inicialmente en la Hacienda Pátapo, donde laboraba su padre. Conoce a Abraham Valdelomar.

1930

Nixa funda la filial en Lambayeque del Partido Aprista Peruano.

1931

Nicanor de la Fuente se casa con doña Ida Silva Leguía.

1932

Don Nicanor pierde su trabajo por cuestiones políticas y pasa seis meses en prisión. Nace su primer hijo, Julio Nicanor.



1976

Doña Ida Silva Leguía, junto con su nuera, Consuelo Sánchez, fundan la dulcería La Fuente, que funciona hasta hoy.

2002

Fallece la señora Ida Silva Leguía.

1938

Se publica su libro de poemas, "Las barajas y los dados del alba".



1949

El escritor vuelve a convertirse en preso político, esta vez en la cárcel "El Sexto", en Lima, donde permanece por seis meses.

1952

Es fundador del diario La Industria de Chiclayo, junto con Miguel F. Cerro. Empieza a publicarse su columna "A propósito".

2007

Nicanor de la Fuente Sifuentes recibe la Orden del Sol del Perú.

2009

Fallece el señor Nicanor de la Fuente, a los 107 años de edad.



Sucesos memorables

1. Nicanor De la Fuente Sifuentes siendo condecorado por el rector de la Universidad de Chiclayo.
2. Nixa en su lugar favorito de la casa, su biblioteca. Año 1995
3. Nixa con el Dr. Manuel Pantigoso recibiendo las ediciones de la asociación cultural humanista, 12 de agosto de 1995.
4. Mesa directiva del homenaje a Nixa. Entre los presentes, el Dr. Manuel Pantigoso y el Dr. Estuardo Núñez. Lima, año 1985.





abren las puertas del hogar para compartir la historia de su querido “Tata”, a quien recuerdan como un hombre amoroso y siempre rebosante de alegría. “Una fiesta de vida”, como afirma Ida, durante la entrevista, mientras menciona algunos detalles sobre la infancia del recordado poeta.

Nicanor Alejandro de la Fuente Sifuentes nació en 1902 en el distrito de San José de Bellavista, en la provincia de Pacasmayo, La Libertad. Sus padres fueron don Pedro de la Fuente Soto y doña Julia Sifuentes Ahumada. Esta última, sería una de las influencias más tempranas para que el pequeño Nicanor empiece a cultivar su amor por la lectura. “Ella le leía los pocos periódicos que llegaban al distrito. Lo sentaban y su mamá leía a todos los hermanitos. Él decía que su mamá le hablaba siempre con tanta ternura, con tanto amor que influyó mucho en su parte literaria”, cuenta Ida, la nieta de Nixa.

Don Nicanor fue el mayor de cuatro hermanos: Matilde, Cayetano y Pedro. Su infancia la vivió entre aquellos primeros acercamientos a las letras propiciados por su madre y

La historia de Nixa no es solamente la de un gran hombre que dejó huella en Chiclayo, sino también la de una familia que ha sabido mantener vivas sus enseñanzas.

la fascinación frente al espectáculo de los trenes que pasaban cerca de la localidad por aquellas épocas. Lo que logró estudiar de la primaria, lo hizo entre diferentes centros escolares, aunque tendría que abandonar la escuela para trabajar desde muy joven y apoyar de esta forma a su familia.

En 1918, Nicanor se trasladó a Chiclayo. Ya por entonces, su vida se dividía entre el trabajo y su inquietud constante por la literatura. Ida de la Fuente precisa que, si bien no pudo continuar con sus estudios, su abuelo nunca dejó de educarse por su cuenta: “se instruía él solo a través del periódico; era una persona inquieta, una persona muy activa”.

Esta actividad imparable lo llevó, desde muy temprano, a tener contacto con reconocidos pensadores y artistas peruanos. Mantuvo correspondencia con José Carlos Mariátegui y fue amigo de Abraham Valdelomar, Enrique López Albújar, José Sabogal, entre otras personalidades de la época, algunas de las cuales llegó a conocer a través de su pariente, el poeta Martín Adán, cuyo nombre real era Ramón Rafael de la Fuente Benavides.

Pero, además de esta radiante vida intelectual, el joven Nicanor también se fue perfilando como una persona dispuesta a luchar por ver atendidas las necesidades de la gente. Parte de esta sensibilidad la fue formando durante sus primeros tiempos en Chiclayo, cuando residió en la Hacienda Pátapo, lugar en el que laboraba su padre y donde pudo ver de cerca la problemática que sufrían los trabajadores. Nixa, así, se convertiría en un político a carta cabal, que incluso viviría de cerca la persecución que por entonces sufrían aquellos que se atrevían a defender sus ideales.

Don Nicanor de la Fuente mantuvo siempre viva esa pasión por la escritura que lo llevó a incursionar en campos como la poesía y el periodismo.

De Nixanor a Nixa

Dueño de una sensibilidad única y al tanto siempre de lo que ocurría en la sociedad, don Nicanor de la Fuente mantuvo siempre viva esa pasión por la escritura que lo llevó a incursionar en campos como la poesía y el periodismo. Él mismo, en un artículo titulado “Carné de identidad” (escrito muchos años después, en 1997), llegó a contar que su primer poema fue publicado en la revista Frívola, de Carlos Arbulú Miranda y que, “con un introito de Juan José Lora publicaron unas páginas de mis versos en el semanario Juventud que editaban José del C. Bracamonte y José León Barandiarán”.

En 1924, publicaría sus primeros artículos en el diario chiclayano “El País”, editado por Juan Francisco Vlchez, donde don Nicanor, como también menciona en el artículo previamente citado, hizo sus “primera armas en periodismo”.

Sin embargo, un momento especial tuvo lugar muchos años antes, cuando publicaba sus versos en el periódico La Tarde, reeditado por Eulogio Arenas tras su cierre en 1919. Por entonces, el literato firmaba sus poemas como Nixanor, pero un sábado, de pronto, comprobó que habían acertado su seudónimo y este había quedado solo como Nixa. Así nacería el nombre por el cual sería conocido en adelante y que terminaría por convertirse en el epítome de una vida dedicada a la búsqueda de la belleza a través de las palabras.

Un matrimonio frente a la adversidad

En 1931, Nicanor de la Fuente Sifuentes se casa con Ida Silva Leguía, nacida en la Capital de la Amistad y cuyo nombre, Ida, sería luego heredado por su nieta. Los esposos de la Fuente Silva llegarían a tener tres hijos: Julio Nicanor -padre de Ida de la Fuente-, Emilio y Carlos -estos últimos, a la fecha, residen en los Estados Unidos-. Sin embargo, durante la primera mitad de los años 30, los esposos tuvieron que afrontar momentos especialmente difíciles.

Como trabajador, don Nicanor había pasado por empresas como Casa Cuglievan, el Banco Perú y Londres, y la Singer Sewing Machine Company. Sin embargo, en febrero de 1932, fue retirado de esta última nada menos que por razones políticas. Su pertenencia al Partido Aprista Peruano, de cuya filial en Lambayeque fue fundador en 1930, lo volvió blanco de este tipo de decisiones arbitrarias, un duro golpe para alguien que debía sostener el hogar que conformaba junto a su esposa e hijos.

Pero la situación se volvería incluso más complicada cuando, también en 1932, don Nicanor fue ingresado a la penitenciaría de Chiclayo por su afiliación política, donde permaneció por seis meses. Según relata Ida de la Fuente, desde siempre escuchó en casa la historia de que su abuelo llegó a escaparse de penitenciaría para conocer a su hijo primogénito, Julio Nicanor, que acababa de nacer.

En medio de estas dificultades, fue donde entró a tallar la fortaleza y cualidad emprendedora de doña Ida Silva Leguía. “Cuando mi abuelo perdió el trabajo y estaba sin verlos, mi abuelita Ida empieza a trabajar. Ella era de una familia que tenía dinero, cuyos integrantes eran los dueños del Hotel Royal de Chiclayo. Para ella, fácil hubiera sido decir: sabes qué, me voy donde mi mamá, ahí no me va a faltar nada. Pero no, ella fue muy emprendedora”, afirma Ida de la Fuente.



La nieta de los esposos menciona que doña Ida Silva tuvo la oportunidad de recibir educación en Lima, por lo que dominaba labores como la preparación de postres, la cocina, el bordado, entre otras. Es así que ella empezó a utilizar dichos conocimientos para sacar adelante a su familia, vendiendo postres en su casa o encargándose de cocinar para eventos grandes; pero, además, compartiendo sus saberes con otras personas. En sus clases de repostería, la señora Ida Silva llegó a formar a muchas mujeres de la época, quienes de esta forma aprendieron que eran tan capaces de generar un ingreso para su familia como lo eran sus esposos. Ya sea enseñándoles a preparar postres o a cocinar para banquetes, doña Ida siempre estuvo dispuesta a compartir aquellos conocimientos que había tenido la fortuna de adquirir.

Este emprendimiento fue, sin duda, un pilar que permitió a la familia seguir adelante en aquellas épocas duras y que daría pie, años después, a un negocio que perdura hasta la actualidad.

La señora Ida Silva llegó a formar a muchas mujeres de la época, quienes de esta forma aprendieron que eran tan capaces de generar un ingreso para su familia como lo eran sus esposos.

En 1932, don Nicanor de la Fuente, tras dejar la prisión, llegaría a su casa para encontrar a su padre muy enfermo, quien le diría, al apenas verlo: “Pero, ¿qué haces acá? ¿Y el partido? No vayas a abandonar el partido”. Así lo detalla Ida de la Fuente, quien agrega que, tras asegurarle a don Pedro que no dejaría el partido, Nixa salió a comprar el remedio recetado por el médico y cuando volvió a casa, su padre había fallecido.

“En las buenas y en las malas”

En su artículo “Carné de identidad”, Nixa menciona que, luego de perder su empleo en la Singer Sewing Machine Company, “se convirtió en futbolista”: “pateando latas en las calles”. Indica, no obstante, que pudo obtener trabajo como vendedor y, luego, en otras dos compañías, gracias al apoyo de amigos y comerciantes. Además, por aquel entonces, optó por dedicarse con más fuerza al periodismo. Junto con el poeta Juan José Lora y José del C. Bracamonte, tuvieron a cargo el bisemanario *Crítica* y el diario *La Hora*. Este último, como recalca Nicanor de la Fuente en su texto, “fue clausurado en 1933 por uno de los prefectos de la dictadura de Benavides”, en referencia al gobierno de Óscar Benavides Larrea, que tuvo entre sus principales características la fuerte represión contra los partidarios apristas. En 1935, ocurriría algo similar con otra publicación en la que llegó a participar Nixa, llamada *Ahora*, que también fue clausurada por un prefecto.

Esta represión permanente llevó a que don Nicanor terminara convirtiéndose, nuevamente, en un preso político. Esta vez, fue ingresado al penal El Sexto, en Lima, donde permanecería también por seis meses. Ida de la Fuente recuerda que, por

Momentos especiales

1. Homenaje a Nixa en la Biblioteca Nacional del Perú.
2. Nixa con la placa recordatoria que ofrendó la Universidad Ricardo Palma al Instituto Nacional de Cultura, sede Chiclayo.
3. Nixa y Capita Palma, nieto de Ricardo Palma.





entonces, su padre, Julio Nicanor, se encontraba estudiando en la universidad, en la capital peruana, y era quien se encargaba de llevarle comida al literato cautivo.

Eran finales de los años cuarenta y Nixa, en su escrito, describe aquel momento de su vida de la siguiente manera: “Mientras tanto, anduve en las buenas y en las malas, porque también pasé meses en El Sexto de Lima, alojado como preso político durante la dictadura de don Manuel A. Odría, pero sin descuidar mi actividad literaria”.

En efecto, don Nicanor de la Fuente nunca dejó que estas situaciones lo terminaran alejando de su pasión por las letras. Es así que, en 1952, se convirtió en uno de los fundadores del diario La Industria de Chiclayo, año desde el que, además, se comenzó a publicar, en dicho medio impreso, su emblemática columna “A propósito”, en la que relataba anécdotas y brindaba detalles sobre el Chiclayo de la época.

Como el escritor entregado y disciplinado que era, Nixa se encargó de mantener viva su columna en el diario por muchos años, instaurándola como un verdadero referente y un registro invaluable de los acontecimientos que marcaron a la ciudad, siempre con

“

Mi tata siempre contaba las anécdotas y las historias de la gente del pueblo, porque él siempre estaba cerca, él era parte del pueblo.

Fernanda Baigorria,
bisnieta de Ida

una pluma ágil, amena y centrada en lo cotidiano, en esos detalles que podrían pasar inadvertidos pese a ser, muchas veces, los que mejor reflejaban el lado más humano de las historias. Precisamente, es esta visión del escritor la que hoy resaltan los miembros de su familia, durante la entrevista que amablemente decidieron brindar para esta publicación.

Mariana Baigorria de la Fuente, su bisnieta, resalta que la obra de don Nicanor se enmarca dentro de la corriente vanguardista, que buscó romper con las formas establecidas en el arte. Es por ello que, en esa búsqueda, “A propósito” rescataba el lado más cotidiano de la vida chiclayana y proponía una manera distinta de conocer la historia de esta parte del país. La hermana de Mariana, Fernanda, subraya: “Mi tata siempre contaba las anécdotas y las historias de la gente del pueblo, porque él siempre estaba cerca, él era parte del pueblo”.

Los artículos de Nixa se convirtieron así en una tradición para los lectores de La Industria, diario del que, como se ha mencionado, fue uno de los fundadores luego de que su director, Miguel F. Cerro, lo convocara para ser parte del equipo en 1952.

En una nota periodística publicada en La Industria con motivo de los 99 años de vida del escritor, éste menciona: “Después de haber pasado seis meses en prisión por cuestiones políticas, don Miguel Cerro me llamó para trabajar en su periódico. Ese año, el gobierno del general Odría había premiado a don Miguel con la Orden del Sol. Sin embargo, cuando se enteraron de que yo trabajaba en La Industria, llamaron al dueño del periódico y le dijeron que me despida (...) La respuesta textual de don Miguel fue, ‘si quieren que bote al señor de la Fuente, hablaré con el señor Odría para devolver sus

“

No solo fue mi bisabuelo, ella también hizo mucho, enseñaba a todas las señoras a cocinar para eventos grandes, para banquetes, para que puedan trabajar.

Fernanda Baigorria sobre su bisabuela Ida

medallas, porque don Nicanor es mi amigo y nadie va a decidir sobre mis amistades o mi periódico'. Eso fue muy halagador para mí".

Tales palabras de Nixa hablan también del reconocimiento que supo recibir gracias al mismo amor que ponía en su trabajo y, sobre todo, al que lograba transmitir hacia sus seres queridos. Hombre afable y de un buen humor a prueba de todo, don Nicanor llegó a forjar grandes y sinceras amistades, que le permitieron contar con ese respaldo, incluso, tras haber atravesado los momentos más difíciles.

Doña Ida y su dulcería La Fuente

Pero, como ya se ha dicho, don Nicanor de la Fuente no fue el único miembro del matrimonio que dejó una huella imborrable en Chiclayo.

La señora Ida Silva Leguía, quien afrontó de manera ejemplar la época en que su esposo se quedó sin trabajo, siguió adelante con su emprendimiento centrado en la repostería y en compartir sus conocimientos con otras mujeres, de manera que éstas puedan encontrar una posibilidad más allá del rol impuesto por la sociedad. "No solo fue mi bisabuelo, ella también hizo mucho, enseñaba a todas las señoras a cocinar para eventos grandes, para banquetes, para que puedan trabajar", refiere al respecto Fernanda Baigorria, bisnieta de los esposos De la Fuente Silva.

Con el tiempo, el constante esfuerzo de doña Ida le permitió comenzar un negocio que, desde 1976, ha perdurado como un espacio tradicional que sigue siendo el preferido de varias generaciones de chiclayanos: la dulcería La Fuente, inicialmente ubicada dentro del Hotel Royal, en pleno corazón de la ciudad. Tiempo después, abriría sus puertas en un local independiente, en la cuadra tres de la calle María Ízaga, también en el centro de Chiclayo, donde funcionó por muchos años.

Hoy, tras una historia repleta de satisfacciones pero también de grandes retos, la dulcería La Fuente, instalada ahora en el número 337 de la calle Torres Paz, continúa brindando el mismo servicio de calidad. Fernanda y Guillermo Baigorria, jóvenes bisnetos de doña Ida, son quienes actualmente dirigen el negocio, siendo así la cuarta generación de la familia que se encarga de mantener en marcha el emprendimiento.

Un negocio que, sin duda, ha tenido como uno de sus pilares la unión familiar, incluso desde su origen, gracias a la estrecha relación que siempre mantuvo doña Ida Silva con su nuera, Consuelo Sánchez Elías, esposa de su hijo mayor, Julio Nicanor. Así lo recalca Ida de la Fuente, hija de estos últimos y quien, a su vez, es la orgullosa madre de Mariana, Fernanda y Guillermo.

El cariño mutuo entre doña Ida Silva y la señora Consuelo Sánchez, quizás reforzado por el hecho de que el matrimonio nunca tuvo una heredera mujer, se reflejó también en las valiosas enseñanzas que la esposa de don Julio Nicanor recibió de su suegra, conformando así un equipo sólido que luego sería, también, el que se encargaría de sacar adelante el emprendimiento iniciado con la dulcería La Fuente.

"Ella misma (la señora Consuelo), decía: 'yo me casé y solo sabía jugar básquet', porque mi mamá jugó básquet por el Perú. Entonces, ella llega a la casa de sus suegros y aprende todo lo que mi abuelita sabía. Era algo muy especial que una nuera se lleve



bien con su suegra”, comenta Ida de la Fuente sobre ese vínculo que sería fundamental para la creación del negocio.

Con la dulcería La Fuente, doña Ida Silva continuaría dejando un legado importante en la comunidad chiclayana y, sobre todo, en las mujeres. Fernanda, su bisnieta, cuenta que incluso hoy tiene amigas que le han mencionado cómo sus tías o abuelas conservan alguna de las recetas que doña Ida les compartió en su momento.

Mariana, a su vez, resalta lo especial que resulta la dulcería La Fuente dentro del ámbito chiclayano, donde es difícil encontrar negocios que, además de estar dirigidos por una cuarta generación de una familia, hayan sido fundados por una mujer y, más aún, con la intención de enseñar a otras mujeres, como ya lo había demostrado doña Ida cuando empezó a brindar clases de repostería.

“Tú preguntas en Chiclayo y todo el mundo conoce la dulcería La Fuente, que además conserva las mismas recetas de hace cincuenta años. La calidad no ha cambiado y tú

“

Tú preguntas en Chiclayo y todo el mundo conoce la dulcería La Fuente, que además conserva las mismas recetas de hace cincuenta años.

Mariana Baigorria

en Chiclayo te encuentras con señoras de sesenta u ochenta años que han estado en las clases de mi bisabuela, que recuerdan los postres que ella hacía y sus recetas, con lo que pudieron hacer luego sus propios negocios”, señala Mariana Baigorria.

Una pareja adelantada a su tiempo

Tanto la señora Ida Silva como su esposo, Nicanor de la Fuente, compartían esta visión de vida que los llevó a forjar un matrimonio armonioso, preocupado por lograr un avance para su comunidad y siempre dispuesto a entregar ayuda a quien lo necesite.

En el caso de don Nicanor, más allá de su destacada trayectoria como literato y de su contundente participación en la política, se encuentra también su aporte a la creación de espacios dedicados tanto a la formación como a la promoción de la cultura en Chiclayo. Ida de la Fuente, menciona que Nixa fue parte de un grupo de amigos preocupados por el desarrollo de la ciudad, quienes unieron fuerzas para impulsar el funcionamiento de entidades dedicadas a dicha labor, entre las cuales, según menciona, estuvieron la Casa de la Cultura, la Liga contra el Cáncer y el Instituto Cultural Peruano Norteamericano de Chiclayo (ICPNA Chiclayo).

“Se trataba de preparar a Chiclayo para cuando venga la gente de afuera. (...) Porque él me decía: ‘hijita, va a llegar un momento en el que va a venir la gente de Bagua, de Jaén, de Cajamarca, y van a necesitar ayuda, van a necesitar educación, entonces nosotros estamos preparando a Chiclayo’. Era un grupo de amigos que trabajaban

Momentos especiales

1. Nixa con sus bisnietas Mariana y Fernanda Baigorria De la Fuente, en su visita a Pisco, año 1995.
2. Nixa con su esposa Ida Silva y una de las tortas que preparaba ella en sus bodas.
3. Nixa con su hermano Pedro en Lima, luego de muchos años de no verse.
4. Nixa acompañado por su hermano Pedro y su nieto Nicanor.





para que Chiclayo creciera y fuera siempre una ciudad grande, pujante, exitosa”, indica la nieta de Nixa.

A manera de anécdota, cuenta la ocasión en que el ICPNA Chiclayo cumplió cincuenta años de creación, y don Nicanor, quien figura como presidente de la primera junta directiva de la entidad, fue invitado a dar unas palabras. Por entonces, el escritor se refirió a esa preocupación que tenía por impulsar en Chiclayo el funcionamiento de una institución en la que se enseñara a hablar inglés. “Entonces dice: total, a la hora de la hora, todos aprendieron a hablar inglés, menos yo”, relata, sonriente, la nieta del hombre de letras.

Junto con esta actitud alegre frente a la vida, tanto don Nicanor como doña Ida Silva mantuvieron una mente muy abierta para su época y una manera de pensar adelantada a su tiempo. Nixa, quien había crecido con ideales políticos que apoyaban el reconocimiento de derechos para las mujeres, nunca vio como un problema que sea su esposa la encargada de sacar adelante el hogar cuando él se quedó sin trabajo.

“

Él era muy respetuoso con mi abuelita, respetaba su trabajo y lo valoraba.

Ida de la Fuente, nieta de Don Nicanor

Habiéndose cultivado y leído por cuenta propia durante gran parte de su vida, era también una persona en la que confluían tanto el pensamiento intelectual como la capacidad de tomar acciones para generar un cambio en la sociedad.

“Él era muy respetuoso con mi abuelita, respetaba su trabajo y lo valoraba”, afirma Ida de la Fuente, quien, al igual que los otros miembros de su familia, recuerda a los señores Nicanor e Ida como una pareja que destilaba unión, amor y apoyo mutuo en cada una de sus iniciativas. Un apoyo que prevaleció, incluso, sobre cualquier asunto relacionado con los ideales políticos del recordado poeta.

Mariana Baigorria resalta también la visión adelantada a la época que poseía doña Ida Silva Leguía. “Yo recuerdo que mi mamá me decía que esto era porque mi bisabuela siempre había buscado salir, viajar y conocer, y esto es algo que siempre inculcó a las mujeres a las cuales formó por puro amor a la causa. Ella salía, iba a conocer, viajaba muchísimo, a Estados Unidos, y con la complicidad de su hijo Carlos encontraban recetas de cocina, repostería y decoración para innovar en Chiclayo. Entonces, al ser una persona con mente abierta, pero a la vez católica, se dedicó a formar, a crecer, no a sembrar fastidios u odios. Apoyó a su esposo, creció ella también y creció buena parte de las mujeres de Chiclayo. Yo he conocido personas, hoy en día, que dicen: si tu bisabuela no le hubiera enseñado esto a mi mamá, nosotros no estaríamos donde estamos”, destaca Mariana.

El legado imperecedero de doña Ida, representa hoy uno de los principales detalles que vuelven especial a dulcería La Fuente.

En ese sentido, la mayor de los hermanos Baigorria de la Fuente, recalca que todo esto significó un aporte a la comunidad chiclayana por parte de su bisabuela, motivada netamente por las ganas de que las personas crezcan. “Porque salió al mundo, conoció y trajo a Chiclayo lo que había aprendido: recetas de alfajores que hasta ahora se hacen en otros lados, formas de empaques o de decoraciones que tú vas a las tiendas y las vas a encontrar”, refiere.

Por supuesto, doña Ida Silva tampoco se quedaría atrás con sus iniciativas de carácter social, al ser parte de la asociación conocida, por entonces, como Damas de la Caridad, un voluntariado dedicado a apoyar a distintas familias necesitadas, a través de donaciones de libros y clases de cocina, bordado, entre otras actividades que les podrían ayudar a salir adelante. Según apunta Ida de la Fuente, dicha organización continúa contribuyendo, hasta la fecha, al desarrollo de la comunidad.

Continuando el legado emprendedor

Fernanda y Guillermo Baigorria son quienes hoy mantienen vivo este legado que inició doña Ida Silva Leguía en 1976 y que, a lo largo de sus más de cuarenta años de historia, ha albergado a muchas mujeres trabajadoras que, además, mantuvieron siempre un vínculo muy fuerte con la familia.

Según menciona Mariana, ella y sus hermanos crecieron conociendo de cerca a mujeres que empezaron a trabajar en el negocio siendo muy jóvenes. Ida de la Fuente agrega que dichas trabajadoras siguen siendo amigas de la familia y Fernanda, incluso, menciona que una de ellas, tras el fallecimiento de su bisabuela en el 2002, seguía visitando a don Nicanor y llevando tortas para la familia.

“Desde que yo soy niña, han estado en nuestra vida y, a pesar de que ahora ya no siguen trabajando, aún tienen nuestro cariño”, señala Ida de la Fuente. Y es que, en efecto, la pandemia global de COVID-19 también llegó a tener un impacto en el negocio y, en este caso, terminó impidiendo que aquellas mujeres que crecieron junto a la dulcería continuaran trabajando en ella, con el fin de salvaguardar su salud.

Este, por supuesto, no fue el único cambio que supuso la pandemia para el negocio familiar y que representó un reto para el hogar de Ida de la Fuente, quien, junto a su esposo, Guillermo Baigorria y sus tres hijos, conforman un equipo que podría considerarse el principal heredero de la tradición y las enseñanzas de los esposos de la Fuente Silva.

Cuando comenzó el confinamiento, Fernanda relata que, al no poder contar con las señoras que habían trabajado por tantos años en el negocio, ella y su hermano se preguntaron qué hacer para continuar atendiendo al público fiel de la dulcería, que incluso les preguntaba cuándo volverían a abrir. Decididos a no dejarse amilanar, toda la familia puso el hombro para adaptarse a un nuevo sistema de atención, esta vez con entregas a domicilio.



Tampoco faltaron las dificultades y los imprevistos, pero nada de ello impidió que dulcería La Fuente continuara ofreciendo calidad a sus clientes. “Llega la pandemia y mis hermanos tienen que ver cómo llevar esto a redes sociales y luego el cómo hacer para que el producto se adapte al delivery, al ser un producto fresco, que se hace en el día; ver cuál es el empaque óptimo para que la crema, que es cien por ciento natural y sin preservantes, se mantenga bien. Luego, toda la cadena de producción, desde los señores que te venden los insumos, ellos también estaban sufriendo en pandemia, entonces, era toda una cadena de personas que dependía del negocio y de las ventas”, detalla Mariana Baigorria.

Ante esto, ella resalta la capacidad que han tenido sus hermanos, Fernanda y Guillermo, para hacer que el negocio se adapte rápidamente a las nuevas tecnologías, con presencia en redes sociales y un énfasis en la identidad de marca. Esto después de que su padre, don Guillermo, realizara un análisis que permitió sincerar costos y darle un giro más empresarial a la dulcería, sin perder su esencia tradicional. Precisamente, esta combinación entre modernidad y tradición, entre la juventud de sus actuales

“

Promovió la cultura para Chiclayo, el periodismo y la formación para las personas, ese legado creo que es importantísimo.

Mariana Baigorria, bisnieta de Nixa

responsables y el legado imperecedero de doña Ida, representa hoy uno de los principales detalles que vuelven especial a dulcería La Fuente.

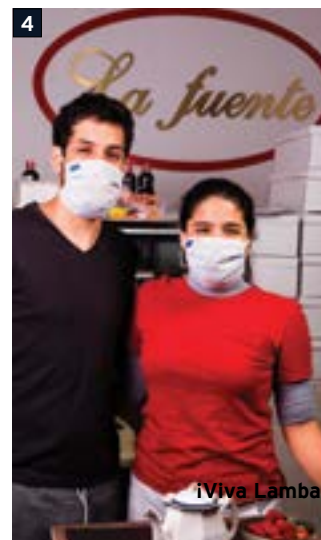
Es así como la familia ha continuado con el legado de doña Ida Silva, brindando, al mismo tiempo, su apoyo a las mujeres que son parte del personal. Fernanda, de hecho, comenta que la presencia femenina no solo ha sido siempre preponderante en su equipo de trabajo, sino que, además, ha estado formado por madres solteras y mujeres jóvenes que, en ocasiones, han necesitado de este empuje para ver que su destino no tiene por qué limitarse al cuidado del hogar o de los hijos. “Que además de cuidar a la familia, tienen la posibilidad de trabajar y salir adelante, la posibilidad de verse como una mujer plena”, subraya Mariana.

Un ejemplo de vida

A lo largo de su trayectoria, don Nicanor de la Fuente Sifuentes escribió obras emblemáticas de la literatura y la poesía regional, como “Las barajas y los dados del alba” (1938) o “El libro de los tránsitos eternos” (1943), entre muchos otros. Según él mismo menciona en su artículo “Carné de identidad”, solo ocupó un cargo público en una ocasión, como concejal entre 1930 y 1931, “y por 45 días”. Recibió diversos reconocimientos, incluyendo la Orden del Sol del Perú, en el 2007. Para su familia, sin embargo, además de todos los logros notables que alcanzó en su vida, Nixa significó sobre todo un ejemplo de vida.

Recuerdos memorables

1. Nixa con su familia. Su esposa Ida y sus tres hijos: Nicanor, Carlos y Emilio.
2. Local en Torres Paz con memoria de Nixa. Espacio para que lectores puedan tomar café y leer. Antes de pandemia.
3. Hermanos Baigorria De la Fuente con la hija de Guillermo, Emilia Mariana Baigorria Merino, en la dulcería La Fuente, año 2022.
4. Hermanos Guillermo y Fernanda Baigorria de la Fuente retomando actividades de dulcería La Fuente, adaptándose a pandemia. Julio, 2020.





Nixa, así, es mucho más que un seudónimo y mucho más, incluso, que la impecable trayectoria de un literato.

“Fue una persona que sufrió lo que significaba trabajar desde chico y que mantenía esos ideales de querer cambiar las cosas, cuando teníamos gobiernos totalitaristas y mucho abuso de poder. Te podría decir que es una de las pocas personas que no solo vivió lo que pasaba, se quejó, pero también actuó, no se quedó en el mundo teórico. Promovió la cultura para Chiclayo, el periodismo y la formación para las personas, ese legado creo que es importantísimo”, afirma Mariana Baigorria, bisnieta de Nixa.

Es por ello que don Nicanor representa también para su familia un sinnúmero de enseñanzas y momentos invaluableles, desde el abuelo que Ida de la Fuente, siendo niña, veía sumergirse en su trabajo frente a su escritorio y su fiel máquina de escribir; hasta el señor sonriente y centenario que todos los días salía a caminar con su bastón y su boina, visitando y llevando regalos para sus amistades, para luego volver con dulces o empanadas de globo que repartía cuidadosamente a los miembros de su familia.

Para Mariana, su bisnieta, el secreto de don Nicanor para mantener esa vitalidad consistía en llevar una vida organizada y tener pasión por lo que hacía. Para Ida de la Fuente, también tuvo que ver el amor que siempre expresó hacia su familia. “Él rezaba a Dios para que le permitiera tener vida hasta que su familia lo necesitara. ‘Ellos me necesitan, yo necesito estar vivo y poder ayudarlos’, decía. Nunca sintió que fuese un estorbo y cuando estuvo en el hospital y quería salir, comenzaba a contarles sus historias a las enfermeras para ganarse su confianza”.

En el 2009, a la edad de 107 años, falleció Nicanor de la Fuente Sifuentes, Nixa. Escritor, poeta, político y, sobre todo, un hombre de familia y apasionado en lo que hacía, al punto que, si bien partió a la eternidad el 15 de marzo de aquel año, había tenido la previsión de dejar suficiente material escrito para que su columna “A propósito”, en el diario La Industria, continuara publicándose hasta el último día del mes.

Hoy, la familia de don Nicanor de la Fuente continúa manteniendo tanto su legado como el de la señora Ida Silva, ambas personas que supieron convertirse en un ejemplo de vida, no solo para su descendencia, sino para muchas otras personas de distintas generaciones en Chiclayo. Nixa, así, es mucho más que un seudónimo y mucho más, incluso, que la impecable trayectoria de un literato; es también una palabra que guarda la historia de toda una familia y la posibilidad de que cualquier persona pueda salir adelante a través de su esfuerzo, de ayudar a los demás y de encontrar, en los detalles más cotidianos, una belleza digna de ser recordada en la historia.





Grupo Efe

Familias Del Castillo - Tudela.

Un grupo empresarial centrado en el bienestar de las personas

65

En la actualidad, el Grupo Efe está conformado por cerca de cinco mil colaboradores. Sin embargo, para Ricardo del Castillo y Manuel Tudela, socios propietarios del holding peruano, esta cifra tiene un significado más que especial: “Somos muchos más, somos cinco mil familias miembros del Grupo Efe”.

Dichas palabras reflejan una parte importante de la filosofía que se vive al interior del grupo empresarial surgido en la ciudad de Chiclayo y que, a la fecha, cuenta con doscientas veinte tiendas distribuidas en la mayoría de ciudades del país. Un crecimiento que no ha parado y que, a lo largo de sus casi treinta años de existencia, ha convertido a Grupo Efe en uno de los más sólidos dentro del medio nacional. Todo con base en un interés profundo por el bienestar y el desarrollo de las personas.

“Siempre ha sido parte de nuestra filosofía que las empresas tienen que ser un medio para que las personas se desarrollen”, afirma Manuel Tudela, quien hasta hoy comparte con su socio chiclayano, Ricardo del Castillo, este deseo de contribuir a una mejora en la calidad de vida de las familias peruanas. “Para nosotros la gente, tanto colaborador como cliente, es lo principal en la compañía”, asegura Del Castillo. El recorrido que ambos iniciaron en aquel abril de 1993, cuando adquirieron Tiendas Efe, ha estado lleno de retos y satisfacciones, que ahora forman parte de una fascinante historia sobre superación, emprendimiento y trabajo en equipo.

Los orígenes del Grupo Efe

Con el paso del tiempo, el Grupo Efe ha ido sumando nuevas empresas que le han permitido ampliar su oferta para el público peruano, con un liderazgo notable en rubros



Familias *Del Castillo - Tudela*



1985

Manuel Tudela concluye su formación como ingeniero industrial en la Pontificia Universidad Católica del Perú.



1961

Enrique Ferreyros S.A. crea una división comercial para la venta de electrodomésticos, llamada Tiendas Efe.



1988

Ricardo y Manuel se conocen. Ricardo administra Tiendas Efe (Chiclayo) y Manuel es asistente de Gerencia Comercial de Ferreyros.

1984

Ricardo del Castillo termina sus estudios de Administración de empresas en la Universidad de Piura.

1993

Manuel Tudela y Ricardo del Castillo adquieren Tiendas Efe.

2004

Grupo Efe adquiere Edpyme Efectiva (Antes Camco Piura). Dos años después, empieza a participar en el mercado de valores.

2005

La familia de Manuel Tudela pasa un verano en Chiclayo, donde los lazos de ambas familias se afianzan.

2010

Edpyme Efectiva se convierte en financiera, lo cual le permite captar depósitos a plazo.



2019

Grupo Efe se ubica en los puestos 26 y 27 de las mejores empresas para trabajar (Great Place to Work – GPTW).

La empresa lanza la marca Bord. Efectiva obtiene la clasificación de fortaleza financiera A-. Primera emisión de Certificados de Depósito Negociables.



2012

Grupo Efe lanza Motocorp y adquiere La Curacao. Primera emisión de bonos corporativos del grupo empresarial.



2021

Grupo Efe implementa la transformación tecnológica y es una de las cinco mejores empresas para trabajar en el Perú (GPTW).

2016

Reorganización gerencial en Conecta Retail, nombre que agrupa a Tiendas Efe y La Curacao. Implementan el sistema informático SAP.

2022

Grupo Efe adquiere Marketplace Juntoz.

2018

Grupo Efe lanza primera tienda en formato Mall y realiza su segunda emisión de bonos corporativos. Empieza su transformación digital.



“

Teníamos los mismos principios y coincidíamos en muchas cosas.

Manuel Tudela sobre
Ricardo del Castillo

como la venta de electrodomésticos, motocicletas, tecnología y financiamiento de consumo. El holding, en este momento, incluye a Conecta Retail (nombre que agrupa a Tiendas Efe y La Curacao), Motocorp, Financiera Efectiva y Conecta Market Place (a través de la marca Juntoz).

Los orígenes del grupo se remontan, en realidad, a 1961. En aquel año, la empresa Enrique Ferreyros S. A. abrió Tiendas Efe, una división comercial dedicada a la venta de electrodomésticos con su oficina principal ubicada en la ciudad de Chiclayo. Desde la Capital de la Amistad, Tiendas Efe iría ampliando su cobertura durante los años siguientes, sobre todo en el norte del Perú.

Durante los años 80, Ricardo del Castillo y Manuel Tudela empezaron a trabajar en Enrique Ferreyros S.A. El primero de ellos, chiclayano, ocupó el cargo de administrador de Tiendas Efe a partir de 1987, logrando construir un vínculo muy sólido con los proveedores de la empresa. A su vez, Manuel Tudela, ingeniero industrial limeño, fue ascendiendo y pasando por distintas áreas de la compañía Ferreyros. Según comenta, fue cuando se convirtió en asistente de análisis de la gerencia comercial, que empezó a viajar por todo el país para visitar las distintas tiendas que poseía la firma.

“Ricardo tenía a su cargo Tiendas Efe, en Chiclayo, y entonces fue que nos conocimos e interactuábamos casi todos los meses. Teníamos los mismos principios y coincidíamos en muchas cosas”, refiere Manuel Tudela. Una interacción netamente profesional. De hecho, por aquellos años, como indica Ricardo del Castillo, nunca llegaron a hablar sobre la posibilidad de asociarse para emprender juntos.

La oportunidad aparecería a inicios de 1993, cuando el Grupo Ferreyros puso a la venta varias de sus empresas, buscando enfocarse en su negocio principal, dentro del rubro de bienes de capital. Entre dichas empresas puestas a la venta, se encontraba Tiendas Efe.

Ricardo del Castillo recuerda que, por ese entonces, ya había decidido renunciar a Tiendas Efe y emprender por su cuenta. “Fundé una compañía llamada Decasa, Del Castillo y Compañía S.A. Abrí una tienda en Chiclayo, otra en Jaén y también en Bagua”, comenta el empresario. No obstante, no tardaría en enterarse sobre la decisión del Grupo Ferreyros de poner en venta Tiendas Efe y, tras analizarlo, decidió que podía encargarse de la firma, más aun teniendo en cuenta las buenas relaciones que había logrado construir con los proveedores a lo largo de los años.

Mientras tanto, en Lima, Manuel Tudela se desempeñaba ya como gerente de administración y finanzas de Motored, otras de las empresas del Grupo Ferreyros. Él, sin embargo, también había visto la oportunidad de emprender a raíz de una posible compra de Tiendas Efe. “Cuando le dije a mi familia que iba a renunciar a Ferreyros, que era un grupo muy sólido en el país, y que iba a renunciar a un trabajo seguro, con un sueldo seguro, todo el mundo me preguntó si estaba loco”, cuenta el actual socio propietario del Grupo Efe.

En dicha época, los comentarios sobre su decisión no lograron amilanarlo, pues tenía plena confianza en aquello que le indicaban sus cálculos: sacar adelante la empresa era



viable. Poco después, según narra el señor Tudela, pensó en Ricardo del Castillo como un posible aliado para tomar las riendas de la empresa. “Le llamé para proponerle la idea y él me dijo que también se le había ocurrido lo mismo”, expresa. Tras reunirse en Chiclayo y conversarlo, los flamantes socios firmaron el contrato de compra de Tiendas Efe el 23 de abril de 1993.

Dos jóvenes empresarios

Tras la adquisición, Tiendas Efe inició su nuevo recorrido con un total de ocho tiendas distribuidas en siete ciudades del norte y una en el centro del país, en Huancayo. Asumir el liderazgo de éstas, representaba un reto frente al que Ricardo del Castillo y Manuel Tudela tendrían que poner en práctica toda la experiencia ganada con los años en el Grupo Ferreyros, tanto en la parte comercial, como en las operaciones financieras y operativas de la empresa.

Permitir que más gente y más familias, más allá de su situación económica, puedan acceder a un producto de calidad, ha sido uno de los pilares del éxito de Tiendas Efe.

Pero además, durante esos primeros pasos al mando del negocio, tuvieron que sortear distintas dificultades. Por un lado, estaban aquellas relacionadas con la coyuntura nacional, con un Perú que aún arrastraba lo sufrido durante la crisis económica de la década de los 80. Al mismo tiempo, la situación en la que se encontraba Tiendas Efe representaba todo un desafío: con patrimonio negativo y deudas con proveedores. Ante todo esto, los dos jóvenes empresarios tuvieron que mantenerse firmes y confiar en sus capacidades.

Capacidades que, en efecto, lograron combinar para permitir que el negocio se abriese camino y creciera a pesar de las dificultades. Ricardo del Castillo fue el responsable de sostener el vínculo comercial con los proveedores, quienes confiaban en su experiencia y en el compromiso de su palabra. Una sólida relación fundada en la ética, el sentido profesional y la honestidad, que siempre han caracterizado al empresario. Y mientras él se encargaba de todo lo relacionado con la parte comercial del negocio, a la par, desde el lado administrativo y financiero, Manuel Tudela demostraba su capacidad de gestión y su destreza para diseñar mecanismos con los cuales optimizar recursos.

Esta sinergia lograda por los socios propietarios de Tiendas Efe ha sido clave para su éxito y un factor que les permitió afrontar los primeros pasos de su, por entonces, nuevo negocio. Por ejemplo, Ricardo del Castillo recuerda que, justo después de realizar la compra, tuvieron que encarar una de las campañas más importantes del año dentro de su rubro.

“Después de Navidad, la campaña más importante es la del Día de la Madre. Faltaba muy poco, entonces; me acuerdo que hicimos la compra un viernes y al día siguiente,



Recuerdos memorables

1. Primera tienda EFE ubicada en Chiclayo.
2. Personal uniformado, años 90.
3. Tienda EFE en Mall del Sur, Lima.
4. Premio Great Place To Work 2022.





sábado, comenzamos a viajar. Fuimos a cada tienda presentándonos, diciendo que éramos los nuevos dueños y que íbamos a trabajar muy fuerte para hacer una gran compañía”, relata el señor Del Castillo. Gracias a esta visión de trabajo, puesta en práctica desde el primer día, lograron tener una campaña exitosa, además de sentar las bases de su emprendimiento sobre la base del esfuerzo y la dedicación.

“Un hito importante para nosotros fue sistematizar un poco la compañía, porque todo era manual. Por ejemplo, las listas de precios se enviaban por fax a las tiendas. Yo recuerdo haber ido a Chiclayo con mi carro lleno de computadoras, que compramos en Lima, para armar el todavía pequeño sistema de control de la empresa”, rememora Manuel Tudela. Con el mismo cariño, recuerda situaciones como el haber empezado trasladando los electrodomésticos a casa de los clientes con un triciclo, o cuando, junto con su socio, visitaban cada tienda en automóvil, llevando los productos que no se vendían a otra sede donde pudiese tener demanda.

Sin duda, estas primeras vivencias como dueños del que, más adelante, sería un gran grupo empresarial, demostraron que los señores Del Castillo y Tudela tenían un

“

**El Grupo Efe es nuestro hogar, los colaboradores nuestra familia.
El crecimiento de nuestra gente es nuestro crecimiento.**

Manuel Tudela

compromiso profundo con su emprendimiento, algo que además lograron transmitir a los colaboradores desde ese entonces. Un amor incondicional por la compañía y la confianza en que esta podía crecer como resultado de la entrega constante en el trabajo.

Un crecimiento imparable

Según coinciden ambos socios, pese a las dificultades que la coyuntura nacional presentó en un primer momento, la situación fue mejorando en gran medida conforme avanzaba la década de los 90. Con las distintas reformas, tanto tributarias como del mercado laboral y las que permitieron liberar los mercados, así como el impulso de las privatizaciones, la economía de muchas familias peruanas empezó a mejorar y esto creó las condiciones adecuadas para que Tiendas Efe comenzara a crecer.

“Una de las fortalezas que tenía Tiendas Efe, era que siempre había vendido al crédito y tenía mucha experiencia en esto. Si uno piensa vender algo al contado, se encuentra restringido a un grupo de clientes con cierto poder adquisitivo; en cambio, si das acceso al crédito, tienes un mercado mucho más grande”, comenta Ricardo del Castillo.

Precisamente, el permitir que más gente y más familias, más allá de su situación económica, puedan acceder a un producto de calidad, ha sido uno de los pilares del éxito de Tiendas Efe. Durante aquel tramo de los 90, una gran cantidad de clientes que pertenecían a los segmentos C y D, quienes por mucho tiempo habían sido relegados dentro del mercado, empezaron a tener la posibilidad de adquirir su primer artefacto o su primer crédito, para lo cual optaron por las facilidades que brindaba Tiendas Efe.

“

Nunca refinanciamos ni dejamos de cumplir un pago, ni con nuestro personal ni con nuestros proveedores ni con los bancos.

Ricardo del Castillo

Esto, sumado a la calidad en el servicio, ha permitido mantener la fidelidad de dichos clientes a lo largo del tiempo. Un resultado más de la filosofía y la estrategia empresarial aplicada por los propietarios del negocio, quienes hasta hoy se muestran satisfechos por la preferencia del público perteneciente al sector más pujante y emprendedor de la sociedad peruana.

En esa misma línea de crecimiento, Tiendas Efe abrió nuevas sedes en distintas ciudades y fue ofreciendo créditos comerciales en cuotas mensuales a sus clientes. Sin embargo, esta década tampoco estuvo libre de desafíos. Ambos socios recuerdan que, tras la primera mitad de los 90, tuvieron que afrontar dificultades a raíz de una crisis económica que se vivía a nivel mundial. “Por entonces, el sector bancario determinó que quienes vendían electrodomésticos no eran sujetos de crédito. De la noche a la mañana, nos quedamos sin línea de crédito y fue un problema grande; pero pudimos superarlo gracias a la ayuda de los proveedores”, afirma Ricardo del Castillo.

Nuevamente, la confianza forjada con dichos proveedores les permitió llevar por buen rumbo su emprendimiento, todo gracias a su firmeza para cumplir siempre con los compromisos pactados. “Gracias a nuestro cumplimiento serio de todos los años anteriores, los mismos proveedores nos ayudaron y reemplazaron a los bancos”, señala Manuel Tudela. “Nunca refinanciamos ni dejamos de cumplir un pago, ni con nuestro personal ni con nuestros proveedores ni con los bancos. Hemos tenido la suerte, durante estos 30 años, de haber podido afrontar todas nuestras obligaciones”, agrega el señor Del Castillo.

El brazo financiero del grupo

Con el paso de los años, el rubro de electrodomésticos se fue volviendo cada vez más amplio en el país. En ese sentido, un momento importante para el sector fue la aparición de las tiendas por departamento, las cuales se caracterizaron por contar con su propia financiera, una ventaja que, por entonces, no poseía Tiendas Efe. Para contrarrestar esta situación, los propietarios del negocio se propusieron implementar su propio apartado dedicado al crédito de consumo.

Luego de trabajar durante dos años en el diseño de esta nueva propuesta, en el 2004 los propietarios de Tiendas Efe lograron adquirir Edpyme Camco Piura, que a partir de ese año pasó a llamarse Edpyme Efectiva y, posteriormente, en el 2010, Financiera Efectiva.

“El departamento de créditos y cobranzas existió desde que compramos Tiendas Efe, pero ahora, de lo que se trataba era que la financiera pudiera ser una empresa regulada por la Superintendencia de Banca y Seguros, que tuviera posibilidad de financiar a otros negocios, no sólo a los del grupo, y que pudiéramos captar dinero, de los certificados de depósitos o del mercado de valores, a través de bonos y certificados de corto plazo. Un brazo financiero te da más oportunidades”, refiere el empresario Ricardo del Castillo.

Tras la adición de la empresa al Grupo Efe, el esfuerzo de los socios por fortalecer este brazo financiero fue dando frutos hasta llegar a nuestros tiempos, cuando Efectiva, una de las financieras más eficientes y rentables del país, es también la segunda entidad



de su rubro que incorpora el mayor número de nuevos clientes al sistema formal en el Perú. Esto sin contar su protagonismo en el mercado de valores del país, su sólida banca preferente y el reconocimiento que le ha permitido emitir instrumentos financieros, como bonos y certificados de depósitos.

Cabe mencionar que, por ese entonces, los socios propietarios del Grupo Efe contaban cerca de una década administrando directamente las principales unidades de negocio. Ante esto, decidieron comenzar un proceso de fortalecimiento del gobierno corporativo, sumando profesionales de primer nivel al holding, tanto a cargo de las gerencias como para acompañarlos en el directorio.

Nuevas empresas en el holding

Ricardo y Manuel, como parte de su trabajo para promover el crecimiento del Grupo Efe, continuaron guiándose por una política de carácter prudente. En el 2011, lanzaron Motocorp, la primera cadena de tiendas de motos multimarca del Perú y

“

Respetamos mucho a nuestra gente, les damos responsabilidades, tratamos de transmitirles experiencias, capacitarlos.

Ricardo del Castillo

una continuación, a un nivel más especializado, de la experiencia que ya tenían con la venta de motos en Tiendas Efe y el crédito brindado por Efectiva. Motocorp convirtió al Grupo Efe en uno de los principales operadores en la venta y financiamiento de motocicletas del país.

En palabras de Ricardo del Castillo, la idea de abrir Motocorp surgió al ver que tenían una participación importante en el rubro de artefactos y que necesitaban ahora una oferta que pudiesen dirigir al mismo segmento de clientes. De acuerdo con Manuel Tudela, “Motocorp es ahora la número uno distribuyendo motos en el Perú, vendiendo más de dos mil motos mensuales”.

En el 2012, el grupo empresarial incorporó a nuevos accionistas y, además, adquirió a su principal competidor: La Curacao. Fue así como nació Conecta Retail S.A., nombre que agrupa a La Curacao y Tiendas Efe, como parte de una decisión que duplicó el tamaño del negocio. De esta manera, Grupo Efe llegó a convertirse en el líder del mercado de electrodomésticos, abarcando el veinte por ciento de participación a nivel nacional.

“La Curacao era más grande, en términos de ventas, que Tiendas Efe, pero esta última era una empresa más rentable. Siempre nos fuimos acercando y, cuando estuvimos casi del mismo tamaño, es que ellos deciden vender la compañía”, menciona Ricardo del Castillo, para quien, además, comprar La Curacao significó un complemento ideal para el grupo, ya que representaba obtener una presencia incluso más firme en Lima, luego de haber conseguido un éxito innegable en provincias.

Recuerdos memorables

1. Personal de Tienda EFE celebrando el premio *Great Place To Work*.
2. Comité Ejecutivo Grupo EFE.
3. Tienda La Curacao en Centro Comercial Puruchuco, Lima.
4. Centro de Experiencia La Curacao, Miraflores Lima.





Pero esta incorporación significó también un nuevo e importante reto para Grupo Efe, pues no solo requirió asimilar diferentes procesos, políticas y culturas, sino también, lograr que Financiera Efectiva estuviese en la capacidad de duplicar su volumen de operaciones y atender a La Curacao con igual eficiencia que en el caso de Tiendas Efe.

La más reciente adquisición por parte del grupo empresarial es el Market Place Juntoz, durante el 2022. Para Manuel Tudela, esta adición le abre al grupo “todo un nuevo panorama al ingresar a nuevos mercados y productos que antes no vendíamos”. Su socio, Ricardo del Castillo, coincide y apunta que, por ejemplo, antes de la pandemia por el COVID-19, sus ventas digitales eran de un 4%, mientras que ahora llegan al 30%. Esta fue una de sus motivaciones para adquirir Juntoz, ya que necesitaban una plataforma con la cual superar las limitaciones que tenían inicialmente al momento de vender en línea.

“

La empresa es un medio de desarrollo para nuestros colaboradores y no un fin en sí misma. Tenemos gente que nos aprecia y nos cuida. Tú los cuidas a ellos y ellos te cuidan a ti.

Manuel Tudela

“Es una plataforma que hemos adquirido con el eslogan de “tu mall online” y que nos da la oportunidad para pasar, de un mercado limitado en el que estábamos, a uno ilimitado, porque en JUNTOZ puedes encontrar todo tipo de productos, ya no solo electrodomésticos. Lo que se te ocurra, sean bienes o servicios, lo vas a poder tener a través de Juntoz”, asegura Del Castillo.

En suma, una nueva empresa con la cual el Grupo Efe ha logrado ampliar su oferta y, nuevamente, reforzar su lucha por “mejorar la calidad de vida de las familias peruanas”.

Un hogar y una familia

“El Grupo Efe es nuestro hogar, los colaboradores nuestra familia. El crecimiento de nuestra gente es nuestro crecimiento”. La frase de Manuel Tudela es una de las que más resuenan al interior del grupo empresarial y que, además, resume mucho del espíritu de la compañía. Este sentimiento de familia guarda también relación con la exitosa sociedad que conforman Manuel y Ricardo, basada en el respeto, la admiración y la confianza.

Esta amistad se ha extendido, incluso, a sus respectivas familias, al punto que, como anécdota, suelen comentar que Ricardo y Manuel “han llegado a parecerse tanto, que sus hijos, de pequeños, los confundían”. Para el señor Del Castillo, un factor importante para lograr este éxito ha sido la comunicación, al estar cada uno enterado siempre de lo que ocurría en el área del otro.

“

Si emprendes sólo por ganar dinero, no te vas a realizar como persona y las personas que trabajen contigo no van a estar contentas.

Manuel Tudela

Compartir una misma visión y valores, es un factor clave para sostener una sociedad empresarial, como bien saben los líderes del Grupo Efe. Esto a la par de una firmeza para honrar siempre las obligaciones asumidas, tanto con proveedores, clientes y, sobre todo, con los colaboradores. Nuevamente, la preocupación por las personas sobre cualquier otro interés.

Definitivamente, es este interés por el cliente interno y externo el que los ha llevado a construir todo un ecosistema en el que rápidamente pueden identificar la situación de sus clientes y colaboradores, siendo esto de gran ayuda para alcanzar estándares de calidad mundial en cuanto a Net Promoter Score (NPS), un indicador para conocer el nivel de satisfacción y lealtad de tales públicos.

En relación con esto, Manuel Tudela dice tenerlo claro. “Si emprendes sólo por ganar dinero, no te vas a realizar como persona y las personas que trabajen contigo no van a estar contentas. Siempre hemos puesto mucha atención en el cuidado de las personas que trabajan con nosotros. Lo que nos quitaba el sueño era no poder pagar la planilla a fin de mes o no poder pagar a los proveedores”, menciona, haciendo referencia a sus principales preocupaciones, las mismas que, con buen criterio y esfuerzo, han logrado evitar que se hagan realidad.

Una expresión visible de este interés por el bienestar de las personas es el hecho de que, en la actualidad, muchos profesionales destacados cuentan con una larga trayectoria dentro de la empresa. Una cercanía que mantienen a raíz de su identificación con los principales valores del grupo, reunidos en las siglas REIR: Responsabilidad, Experiencia, Integridad y Respeto. Valores que, además, se viven en el trabajo diario dentro de las empresas que conforman el Grupo Efe.

“Es algo que se vive en la compañía. Respetamos mucho a nuestra gente, les damos responsabilidades, tratamos de transmitirles experiencias, capacitarlos. Nos interesa que la gente esté contenta, que disfrute su trabajo”, señala, al respecto, Ricardo del Castillo.

“La empresa es un medio de desarrollo para nuestros colaboradores y no un fin en sí misma. Tenemos gente que nos aprecia y nos cuida. Tú los cuidas a ellos y ellos te cuidan a ti”, manifiesta, a su vez, Manuel Tudela.

Cambios y reconocimientos

Si bien no faltaron los momentos difíciles, el Grupo Efe supo mantener un crecimiento sostenido a lo largo de los años. Durante dicho periodo, Manuel y Ricardo fueron incorporando nuevos talentos que llegaron a implementar metodologías novedosas dentro de las compañías, algo que resultó crucial para que éstas pudiesen alcanzar logros como el duplicar su dimensión de un año para otro.

Aunque claramente se encontraba consolidado en los distintos rubros en los que participaba, hacia finales del 2015, el grupo vio la necesidad de adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, que apuntaban hacia la digitalización. Frente a las nuevas exigencias y necesidades de los clientes, en el Grupo Efe decidieron invertir lo necesario para renovar la imagen de las marcas y tiendas, así como para comenzar con un fuerte proceso de transformación digital.



De acuerdo con la información que maneja el grupo empresarial, este proceso se viene desarrollando con éxito durante los últimos cinco años, gracias al trabajo de un equipo gerencial de primer nivel. Un esfuerzo que, además, ha ido dando importantes resultados, no sólo en cuanto a cifras de ventas y fidelización de clientes, sino también, en el mismo clima laboral que se vive al interior de las empresas que conforman el Grupo Efe.

Entre los principales reconocimientos recibidos, incluso, se encuentra el figurar en la lista de las mejores empresas para trabajar, Great Place to Work - GPTW, a nivel nacional. En el 2019, se ubicó en los puestos 26 (Grupo Efe - La Curacao, Efe, Motocorp) y 27 (Financiera Efectiva) de la lista. Luego, en el 2021, el grupo pasó a ubicarse como la quinta mejor empresa para trabajar en el Perú, gracias a sus buenas prácticas de gestión de personas, la vivencia de sus valores y la posición de tomar siempre decisiones teniendo como centro al colaborador.

“

Lo principal es empezar. A veces nos quedamos todos en el papel, con ideas, pero no ejecutamos. Si uno quiere ser empresario tiene que empezar y el camino, evidentemente, está lleno de retos y dificultades.

Manuel Tudela

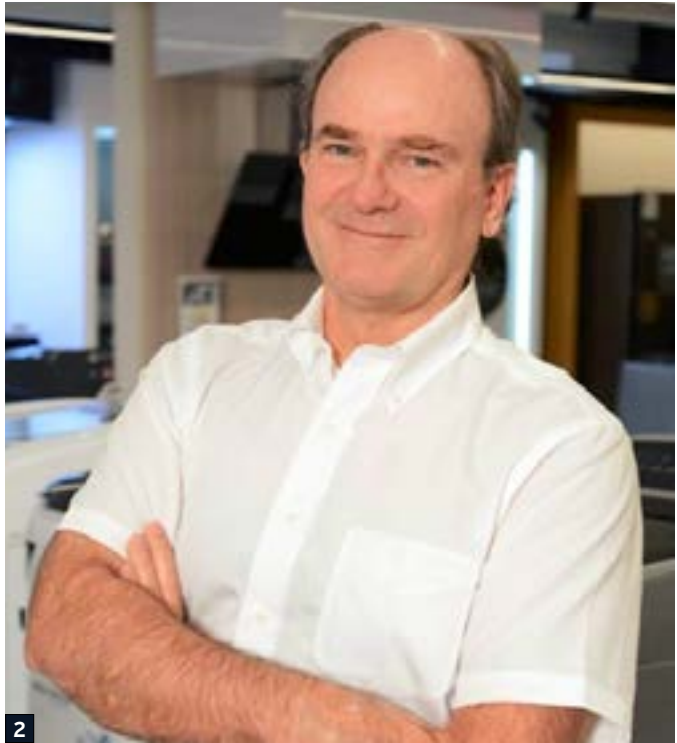
Un reconocimiento que, para la compañía, refleja la personalidad y cultura de sus fundadores, Ricardo del Castillo y Manuel Tudela.

Triunfando frente a la adversidad

Como ya se ha mencionado, la historia del Grupo Efe tampoco ha estado libre de episodios que representaron dificultades para sus fundadores. Desde diversas crisis nacionales e internacionales, tanto a nivel político como económico, hasta desastres naturales. Ricardo del Castillo recuerda cuando algunas de las tiendas resultaron perjudicadas por una inundación o por el fenómeno de El Niño.

La solidez de la empresa permitió que los líderes de Grupo Efe tuvieran más posibilidades para recuperarse con rapidez ante estas situaciones imprevistas e inevitables. “Nosotros decíamos que teníamos cuatro turbinas: el norte del país, el oriente, el centro y el sur. Cuando alguna se apagaba momentáneamente, las otras podían sostener el negocio. Pero en la pandemia se apagaron las cuatro turbinas”, afirma Del Castillo, en alusión a la pandemia de COVID-19 que azotó al mundo desde inicios del 2020.

¿Cómo lograron afrontar en Grupo Efe esta crisis global? Ricardo del Castillo responde: “gracias a nuestra gente y a nuestros cimientos”. Según detalla, lo primero que hicieron fue implementar rápidamente el home office, de manera que los casi cinco mil colaboradores de la firma pudiesen trabajar desde casa. A la par, se orientaron a centrar sus esfuerzos en la venta digital, a través de las páginas web de Tiendas Efe



Un gran equipo

1. Equipo ejecutivo en las oficinas.
2. Manuel Tudela.
3. Ricardo Del Castillo.



y La Curacao. El grupo, en efecto, ya contaba con dicha plataforma de e-commerce desde el 2017.

“Por otro lado, estaba también el tema de la demanda. Vendimos más computadoras de las que podíamos tener. Si antes, en una casa, normalmente se tenía una computadora, creo que ahora se debe tener una por cada persona. Incluso, hasta ahora, de cada 10 computadoras, Grupo Efe vende seis. Nos movimos y trajimos computadoras de diferentes partes del mundo, donde también existía demanda. Entonces, era difícil, pero pudimos afrontar esa situación. La venta digital y el home office fueron clave”, asegura el emprendedor chiclayano.

Otros factores que les permitieron afrontar la pandemia fueron la comunicación constante con los distintos gerentes y, por supuesto, su enfoque puesto en asegurarse de cumplir siempre con todas las obligaciones. Esto sin contar su avanzado sistema, en gran parte, producto del proceso de transformación tecnológica iniciado por el grupo durante el 2018.

“

Creo que hay que saber elegir y rodearse de buena gente. Si tienes un buen equipo, tienes parte del éxito asegurado.

Ricardo del Castillo

En paralelo, como precisa Ricardo del Castillo, lo que hicieron también fue brindar apoyo médico para las cerca de cinco mil familias que, en realidad, son parte del grupo empresarial. Esta asistencia médica representó un gran respaldo para los colaboradores y reafirmó la filosofía de la empresa, centrada siempre en el bienestar de las personas.

Una visión en común

Consultado sobre lo que considera importante para emprender y tener éxito, Manuel Tudela señala: “Lo principal es empezar. A veces nos quedamos todos en el papel, con ideas, pero no ejecutamos. Si uno quiere ser empresario tiene que empezar y el camino, evidentemente, está lleno de retos y dificultades, sobre todo al comienzo. No hay que tener miedo a equivocarse y a volverlo a intentar. Creo que el Perú es un país lleno de oportunidades. Un país que no nos hace las cosas fáciles, pero donde hay muchísimo por hacer para satisfacer las necesidades de su población”.

A su turno, Ricardo del Castillo hace énfasis en la importancia de formar un equipo con las personas idóneas. “Creo que hay que saber elegir y rodearse de buena gente. Si tienes un buen equipo, tienes parte del éxito asegurado. La otra parte consiste en no conformarse, creo que el cambio es muy importante y uno no debe ser resistente al cambio. Hay que seguir creciendo y tener siempre las ganas de progresar e ir mejorando, ir haciendo las cosas cada vez mejor en todos los niveles”, asevera el empresario.

Personas especiales

1. Familia Tudela.
2. Familia Del Castillo.
3. Ricardo Del Castillo y Manuel Tudela.



“

Nosotros seguimos creciendo e innovando: inicialmente con una empresa solo de electrodomésticos y hoy con una multitud de negocios.

Manuel Tudela

A todo esto, se suma el buen criterio de los socios para reinvertir constantemente, centrándose siempre en dar prioridad a los colaboradores y clientes, algo que complementan con una visión a futuro que siempre tienen presente al momento de tomar una decisión. “Todas las decisiones que hemos tomado siempre, tanto Manuel como yo, ha sido pensando en el largo plazo y en que la empresa nos trascienda. Eso nos ha ayudado para tener éxito a mediano y corto plazo. Hubo oportunidades en las que nos ofrecían de todo, pero que no resultaban buenas para el largo plazo, y no las hemos tomado”, menciona el señor Del Castillo.

Esta visión compartida es la que les permite seguir cosechando éxitos en cada uno de los negocios que emprende Grupo Efe. Unos logros que Manuel Tudela resalta de la siguiente manera: “Siento, para empezar, mucha satisfacción, pues hemos logrado dar vida a una empresa de retail peruana exitosa. Las principales empresas retail en el Perú, muchas veces, han venido de afuera y, en nuestro caso, de haber empezado con 20 trabajadores y ahora tener a cinco mil, hablamos de una empresa que ya tiene vida propia, pero fundada sobre unos cimientos muy sólidos, tanto financieros como de valores y cultura. Todo esto hace que la empresa tenga mucha proyección. Nosotros seguimos creciendo e innovando: inicialmente con una empresa solo de electrodomésticos y hoy con una multitud de negocios”.

Efectivamente, hoy Grupo Efe cuenta con una extensa cartera de clientes fidelizados, que además es heredada de generación en generación. Esto, sobre todo, en Lambayeque, donde la historia del holding comenzó y la presencia de Tiendas Efe ha sido siempre algo importante para los habitantes de dicha región.

Un gran grupo empresarial cuyas consignas principales han permanecido desde los comienzos del emprendimiento y han sido transmitidas con eficiencia por los socios propietarios a sus colaboradores. Es así que Ricardo, Manuel y las casi cinco mil familias que son parte del Grupo Efe, mantienen esa apuesta por el Perú que se inició en abril de 1993. Hoy, convertido en un auténtico referente en innovación y crecimiento sostenido, Grupo Efe continúa en su ruta por mejorar sus servicios y seguir contribuyendo con el desarrollo de miles de personas.





Grupo Costa del Sol

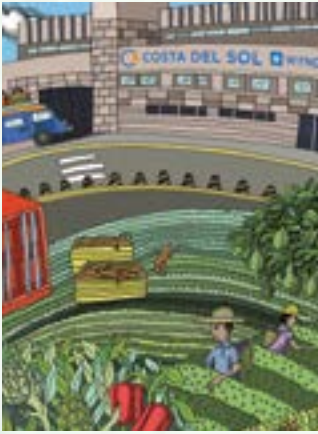
Familia Mustafá Artadi

La familia del éxito forjado con trabajo duro y diversificación

Si el éxito tiene relación con la suerte, Mario Mustafá tiene más que claro un detalle: para tener suerte, hay que trabajar mucho. Esto también lo sabía su padre cuando tuvo que dejar su natal Palestina a causa de la guerra, para luego llegar al Perú y establecerse en Chiclayo, donde conocería a la madre de sus hijos. El segundo de ellos, Mario Mustafá, es quien dirige hoy una de las principales cadenas de hoteles del país, además de tener emprendimientos en sectores tan diversos como la agroexportación, la acuicultura y la venta de automóviles.

El éxito de dichas empresas tiene que ver, además, con una visión que el líder del Grupo Costa del Sol fue forjando a partir de las enseñanzas de su padre, quien desde muy temprano le inculcó el amor por el trabajo. Pero también, a partir de todo lo aprendido gracias a la experiencia misma, pues como él señala, “un éxito viene acompañado de muchos fracasos” y su trayectoria incluye tanto momentos gratificantes como aquellos en los que se puso a prueba su capacidad para adaptarse y asumir riesgos.

Una historia de vida en la que, además, la familia siempre ha sido un pilar para el empresario chiclayano. Tanto su esposa como sus hijos han experimentado junto a él dicho camino de alegrías y retos, siempre manteniendo vivo ese mismo legado que el padre de Mario Mustafá supo transmitir, ya sea como un viajero comerciante de telas o como el posterior dueño de su propio hotel en la Capital de la Amistad, siendo este último, sin duda, un emprendimiento que inspiraría a su hijo para que, años después, pudiese dejar su propia huella en el rubro hotelero.



Familia *Mustafá Artadi*



1997



Abre el segundo hotel de la cadena Costa del Sol, esta vez en la ciudad de Piura.



1961

Nace Mario Mustafá Aguinaga, hijo de don Mahmud Mustafá, original de Palestina, y doña Graciela Aguinaga, chiclayana.



2000

Inicia operaciones la empresa Ecosac, dedicada a la producción de langostinos, pero también de productos agrícolas y envasados para exportación.

1995

Mario Mustafá inaugura el primer hotel Costa del Sol, en Tumbes, departamento donde años antes inició con Langostinera El Sol.

2001

La cadena de hoteles Costa del Sol se sigue expandiendo, esta vez en Chiclayo.

2002

Nueva empresa: Entra en sociedad de Interamericana, dedicada a la venta de autos, con primeras tiendas en Piura y Chiclayo.

2004

Ecosac es la primera empresa en Piura en sembrar uva.

2005

Costa del Sol suma su cuarto hotel, en Cajamarca. Nace Alsur Perú, exportadora de alcachofas, con planta en Arequipa.



2014

Alsur abre su planta en Cusco. Al año siguiente, abre el segundo hotel Costa del Sol en Lima (Av. Salaverry).

2017

Primer hotel en la selva peruana (Pucallpa). Inauguración del centro comercial Costa Mar (Tumbes). Fundación de sociedad de la empresa Carsol.

2006

Inicia operaciones la empresa Proserla, cuya planta se ubica en Jayanca, Lambayeque, y produce uva, palta, limón y mango.



2007

Costa del Sol abre su primer hotel en Lima, en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, ahora con la franquicia Wyndham.

2010

Costa del Sol abre su primer hotel en Cusco y, dos años después, en 2012, llega a Trujillo (El Golf).



2019

Costa del Sol abre dos hoteles: Arequipa y Trujillo. Al año siguiente, Ecosac abre su laboratorio de larvas en Sechura.

2022

Interamericana cuenta con 12 tiendas y 7 talleres en Piura, así como 7 tiendas y 3 talleres en Lambayeque.

“

Siempre fueron un matrimonio unido. Esa fue la cultura que nos transmitieron, de una vida familiar, un cuidado por los demás y una disciplina por el trabajo.

Mario Mustafá sobre sus padres

Una familia emprendedora

Mario Mustafá recuerda a su padre, Mahmud Mustafá, como un hombre muy trabajador. Casado con la chiclayana Graciela Aguinaga, no escatimaba esfuerzos a la hora de buscar el modo de sostener el hogar que ambos conformaban junto a sus cinco hijos. Comenzó como comerciante de telas, viajando de un lugar a otro, hasta que con el tiempo y, con mucho esfuerzo, logró abrir su propio negocio: Casa El Nilo, una tienda en la calle Elías Aguirre, en pleno centro de Chiclayo.

Es en este primer negocio de la familia, donde Mario Mustafá recuerda haber tenido sus primeras experiencias relacionadas con el emprendimiento, al acompañar a su padre en el trabajo durante los fines de semana, junto con sus hermanos. “Ahí nos formamos; recuerdo que el primer trabajo que te daban era estar en la sección de paquetes: simplemente hacer los paquetes, recibir el boleto y entregar el paquete; ya cuando trabajabas un poco mejor, podías vender telas, y prácticamente tu degree era cuando te enviaban a caja y tenías que cobrar, dar vuelto. Entonces, la cultura del trabajo nos la enseñó desde ahí”, afirma el empresario.

Pero además de conocer los distintos roles que existen dentro de un negocio, don Mahmud Mustafá también les enseñaría a sus hijos la importancia de identificar una oportunidad en las necesidades del público que aún no han sido atendidas. Como él viajaba mucho, empezó a notar que el servicio en los hoteles donde se hospedaba no siempre era el mejor. “Decía que faltaba un concepto de servicio y es entonces cuando él hace el Inca Hotel. En esa época, poner un hotel como el que puso mi papá, con habitaciones limpias, de buen tamaño, con comida casera, era algo novedoso. El que ya la habitación tuviera un ventilador, en esa época, era una gloria”, recuerda Mario Mustafá.

En efecto, el Inca Hotel, creado por su padre en Chiclayo, tuvo tanto éxito que pronto tuvo varias ampliaciones y, nuevamente, hizo las veces de una temprana escuela empresarial para los hijos del matrimonio Mustafá Aguinaga. Tiempo después de abrir el hotel, Casa El Nilo cerró y ahora un joven Mario Mustafá empezaba a conocer nuevos roles dentro del emprendimiento de la familia.

“Recuerdo haber trabajado de botones, de recepcionista, cuadrando los autos, dando mantenimiento a las habitaciones cuando había que hacerlo. Esa cultura y disciplina del trabajo nos la enseñó nuestro padre desde el comienzo y también esa vida de familia. Mi mamá siempre lo acompañó, yo recuerdo que ella siempre estaba muy cerca, en el hotel y en la tienda; siempre fue un matrimonio unido, unido en el trabajo. Esa fue la cultura que nos transmitieron, de una vida familiar, un cuidado por los demás y una disciplina por el trabajo”, recalca.

Un trabajo constante que permitió al Inca Hotel sostenerse y perdurar con el tiempo, incluso tras cambiar de nombre a Intiotel, como se llama en la actualidad. Mario Mustafá rememora aquellos tiempos en los que, además de conocer de cerca el trabajo que realizaban sus padres, conoció a todas esas personas que también trabajaban en el hotel, cuyos nombres aún recuerda e, incluso, las ha vuelto a ver en más de una oportunidad. Hoy, con sus propios emprendimientos, él mantiene esta filosofía adquirida en aquellos años y sostiene que la empresa es, también, una familia.



Las primeras ideas de empresa

La vida de colegial de Mario Mustafá transcurrió en tres instituciones educativas de Chiclayo: San Agustín, Colegio Militar Elías Aguirre y Manuel Pardo. “Por eso siempre triplico cuando celebro años, porque multiplico por los tres colegios”, menciona, sonriente, el actual líder del Grupo Costa del Sol. Tras terminar aquella etapa de su vida, el camino que decidió para formarse profesionalmente tendría una relación estrecha con todo lo que había asimilado desde niño: optó por estudiar administración de empresas en la Universidad de Piura.

El empresario recuerda haber llevado a la práctica su primera idea de negocio cuando todavía era un estudiante universitario. “En esa época no había calcomanías de la Universidad, así que saqué la calcomanía para que todos la pusieran en sus carros. Fue un éxito total, se vendieron inmediatamente. Hice una segunda partida y estaba haciendo la tercera cuando me dijeron: no pueden estar poniendo esto, es un símbolo de la Universidad. Al final, la institución tomó la decisión de hacerlas”, relata.

“

Mi tesis de grado fue: integración hotelera a nivel nacional. Una cadena de hoteles que abarque distintas regiones del país bajo un mismo concepto de servicio.

Mario Mustafá

Luego, junto con un amigo chiclayano, Ricardo del Castillo, el joven Mario Mustafá inició otro negocio, nuevamente al detectar una necesidad que podía ser atendida y proponiendo algo innovador en una época donde la oferta televisiva se reducía a unos pocos canales nacionales: un club de Betamax.

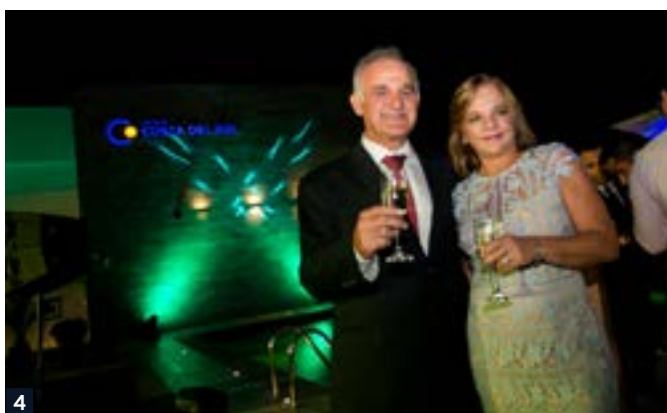
Por entonces, cuando era imposible imaginar que empresas como Netflix revolucionarían la forma en que consumimos contenido audiovisual, Mario Mustafá y su amigo Ricardo idearon una creativa forma de permitir que un grupo de familias accedan a diversas películas en formato Betamax, antecesor del VHS. Lo que hacían era preparar cuarenta cajas, cada una con cuatro películas distintas, y distribuir las entre cuarenta familias piuranas. Luego, todos los jueves, y agregando una colección más que tenían como reserva, rotaban las cajas de manera que cada familia pudiese tener películas nuevas para ver cada semana.

Este pequeño emprendimiento, al que llamaron “Betaclub”, les permitía obtener ingresos durante esas cuarenta semanas y llegó a tener tanto éxito que pronto ampliaron la oferta a un segundo grupo de cuarenta familias. Aquellos inicios son recordados con cariño por el señor Mustafá, quien, por supuesto, se declara un aficionado al cine. También recuerda el verano en que, junto a Ricardo, pusieron un restaurante en Pimentel. “Se llamó El Muelle de Pimentel, hacíamos unas peñas espectaculares. Lo hicimos funcionar durante todo el verano. Esos fueron los inicios de nuestra vida empresarial”, afirma.

Sin embargo, estos años de emprendimientos universitarios llegarían a su fin para dar paso a una nueva etapa, en la que tocaría enfrentarse, esta vez de lleno, a los retos de

Momentos especiales

1. Tres generaciones de “Mario”.
2. Mario junto a su esposa y sus tres hijos, Thais, Geilan y Mario Andrés, esquiando en la nieve, una de sus actividades favoritas.
3. Hotel Costal del Sol Wyndham ubicado en el aeropuerto Jorge Chávez, Lima, uno de los 11 hoteles a nivel nacional.
4. Mario y Mariella en la reinauguración del Hotel Costa de Sol Wyndham y Centro Comercial, Tumbes.
5. Mario y Chela, padres de Mario, siempre presentes en las inauguraciones.





la vida laboral. No eran años fáciles para el país, en pleno tránsito entre las décadas del 70 y 80. “Ya había terrorismo, ningún negocio funcionaba y la inflación era una locura”, enfatiza Mario Mustafá.

Por aquel entonces, en sus últimos días en la universidad, recuerda haber estado revisando la pizarra con anuncios de trabajo, en la que apenas figuraban dos o tres ofertas en distintos bancos. En ese momento, un catedrático se le acercó para decirle: “ahora comienza la parte difícil, tienes que buscar empresa, y no hay muchas por lo que veo. Bueno, entonces, habrá que hacerlas”. El ahora empresario recuerda que recibió esas palabras como un reto o, incluso, como indicio de una necesidad. Sí, había pocas empresas en el país, en efecto, y había que crearlas.

Antes de ello, Mario Mustafá ingresaría a trabajar en el Banco Nor Perú Continorte, en Trujillo. Se movilizó a dicha ciudad y, ya en el trabajo, comenzó a circular por las diferentes áreas de la entidad. “Comencé en la bóveda y luego estuve trabajando como funcionario de negocios durante un tiempo”, detalla. Fue un periodo de gran

“

Había mucho robo en esa época, tenías que levantarte en las noches. Había veces en las que yo, a las dos de la mañana, salía a ver que no se metiera la gente a robar.

Mario Mustafá sobre el negocio de la langostinera

aprendizaje, aunque, pasado un tiempo, cuando las condiciones del trabajo cambiaron, tomó la decisión de no continuar en el banco y empezó a trabajar en sus propias ideas de negocio. Y dentro de dichas ideas, había una que permanecía siempre en su mente, relacionada con sus inicios en el negocio de la familia, en Chiclayo. Una idea ligada al rubro hotelero.

“Mi tesis de grado fue: integración hotelera a nivel nacional”. Una cadena de hoteles que abarque distintas regiones del país bajo un mismo concepto de servicio. Esta idea, planteada en su tesis, se convertiría en un sueño y, luego, en un objetivo concreto para Mario Mustafá. Pero antes de verlo cumplido, la vida lo llevaría por caminos inesperados, en los que no faltarían las dificultades, aunque tampoco, las oportunidades de crecimiento.

Una langostinera en Tumbes

Decidido a iniciar su propio camino dentro del rubro, Mario Mustafá viajó a Tumbes con la idea de abrir un hotel en la playa. Sin embargo, por entonces, conseguir un terreno era una tarea complicada. Ya se encontraba casado con Mariella Artadi, piurana, con quien había compartido aulas universitarias y cuyo padre tenía una langostinera en Tumbes. Mientras buscaba un espacio donde construir el hotel, el señor Mustafá empezó a conocer un poco más de cerca el tipo de negocio que lideraba su suegro.

Poco después, cuando un administrador dejó la langostinera, el suegro de Mario Mustafá le propuso trabajar con él hasta que encontrase el terreno para el hotel. Un año después, tras haber aprendido más sobre el rubro, el novel empresario le dijo al

El crecimiento de Costa del Sol no se detendría ahí. Mario Mustafá ya tenía a la capital en la mira y junto a su equipo, desarrollaban el proyecto para su primer espacio en Lima.

padre de su esposa que estaba interesado en incursionar dentro del rubro acuícola y le preguntó si la competencia dentro del mismo era muy fuerte. La respuesta del suegro fue la siguiente: “no, es un negocio muy grande, todo lo que podamos producir acá se puede vender en el exterior”.

“Las ventas en el Perú eran muy complicadas, la economía estaba muy mal. Entonces, comencé a buscar o un terreno para langostinos o uno para el hotel, lo que saliese primero. Y al final, conseguí el espacio para una langostinera que sería mi primera empresa formal, en Tumbes, que en aquella época se llamó Langostinera El Sol”, narra Mario Mustafá.

De esta forma, hacia inicios de los noventa, nacería un negocio que hasta la fecha sigue funcionando en Tumbes, aunque ahora con el nombre de Langostinera La Bocana, con ochenta hectáreas de langostinos que dan trabajo a treinta y dos personas y que permiten exportar a países como Corea, Estados Unidos, Francia o España.

La calidad del producto peruano era reconocida en el extranjero y Mario Mustafá puso también en práctica lo aprendido durante sus años en el banco para hacer que la empresa saliese adelante. Por supuesto, dar los primeros pasos tampoco fue una tarea fácil. Para obtener el terreno y acondicionar la langostinera, el empresario sacó un crédito, contó con el apoyo de su padre e, incluso así, tuvo que recurrir a un amigo con el que estudió en el colegio. Recién entonces, pudo instalar las pozas y comenzar a sembrar en unas primeras treinta hectáreas.

“La suerte de principiante: sembramos la primera piscina y se nos pasó la mano de larva, lo cual nos sirvió, pues de ahí sacamos para la segunda. Cuando estaba la segunda, sacamos para la tercera”, explica Mario Mustafá sobre aquel primer cultivo de langostinos que resultó más exitoso de lo esperado.

Según menciona el hombre de negocios, este primer negocio le permitió, además, poner en práctica tanto lo aprendido en la universidad como la disciplina en el trabajo que su padre le inculcara desde pequeño. Factores clave que, de hecho, le permitirían afrontar los momentos difíciles que llegarían para cambiarle, nuevamente, el panorama.

“Trabajar con langostinos es un trabajo de veinticuatro horas”, afirma Mario Mustafá. Según detalla, una de las principales dificultades con el negocio que emprendió tenía que ver con la necesidad de mantener vigilada el área de cultivo permanentemente. “Había mucho robo en esa época, tenías que levantarte en las noches. Había veces en las que yo, a las dos de la mañana, salía a ver que no se metiera la gente a robar. Por más que hubiera guardianes, siempre podía haber un problema”, cuenta el empresario.

Sin embargo, el problema más grave que afrontaría la langostinera tendría relación con algo realmente implacable: la naturaleza. “Fue un fenómeno de El Niño, me arrasó la langostinera”, indica Mario Mustafá, haciendo referencia a una de las circunstancias más complicadas a las que tuvo que hacer frente. Tras el desastre, recuerda también que tuvo dificultades para obtener el pago del seguro y, tras conseguir que este sea reconocido parcialmente, pudo reanudar el trabajo con dicho negocio al que, hasta hoy, considera como aquel que le permitió iniciar su camino e invertir luego en nuevas empresas.



En aquel entonces, el hogar de la familia Mustafá Artadi ya contaba con otros dos integrantes: la pequeña Geilan, que estaba a punto de entrar al colegio, y su hermano menor, Mario Andrés. Debido a lo difícil que resultaba la vida en Tumbes, más aún con los estragos ocasionados por el fenómeno de El Niño, y en vista de que Geilan debía comenzar su etapa escolar, el señor Mustafá optó por trasladar a la familia hasta Chiclayo, su ciudad natal.

Aunque sabía lo difícil que resultaba para la familia separarse, Mario Mustafá decidió que lo mejor sería trasladarse y mientras su esposa e hijos se instalaron en un departamento en Chiclayo, él empezó a viajar continuamente a Tumbes para seguir administrando la langostinera. “Vivieron ellos en el departamento. Mis papás estaban en Chiclayo, así que era un poco más fácil. Yo iba y venía, los fines de semana, uno sí, uno no”, menciona el señor Mustafá, recordando aquellos años de sacrificio, en los que debía esforzarse lo más posible para poder, al fin, viajar quinientos kilómetros por tierra y ver a su familia.

Mario Mustafá menciona otro proyecto, surgido precisamente con un deseo de agradecer a la ciudad de Tumbes por haber sido donde comenzó su exitoso camino como empresario: Costa Mar.

No obstante, los tiempos volverían a cambiar y, con ello, llegarían nuevas oportunidades de negocio en los que, incluso, podría reencontrarse con uno de sus mayores sueños desde que estaba en la universidad: la integración hotelera a nivel nacional.

Los inicios y el crecimiento de Costa del Sol

Hacia mediados de los noventa, la situación volvía a cambiar en el país. Comienza un proceso de privatización de los hoteles de turistas y es entonces que Mario Mustafá piensa en la posibilidad de adquirir uno de dichos espacios. En sociedad con su padre, que aún mantenía el hotel en Chiclayo, deciden participar en la inversión y optan por comprar el Hotel de Turistas de Tumbes.

“Vimos una buena oportunidad, era un gran hotel, con una infraestructura impresionante, pero muy mal manejado. Entonces, decidimos iniciar con lo que hoy es la cadena de hoteles Costa del Sol, que parte en el año noventa y cinco”, asevera el empresario.

Efectivamente, es en 1995 que abre el primer Hotel Costa del Sol, en Tumbes. Es así como Mario Mustafá comienza a cumplir su sueño de abarcar distintas zonas del país con un mismo concepto, en este caso, centrado en los hoteles de cuatro o cinco estrellas. Tiempo después, surgirían nuevas oportunidades de adquirir hoteles en Piura y Chiclayo, que serían las siguientes ciudades en contar con un hotel Costa del Sol, en 1997 y el 2001, respectivamente.



Sucesos importantes

1. Acuicultura - Pozas de langostino de agua dulce.
2. Planta de Jayanca, una de las siete plantas a nivel nacional.
3. Bodegón de productos: Uva, langostinos y conservas de pimientos.
4. Mario Mustafá y Guillermo León en campanazo por ingreso a la Bolsa de Valores de Lima.
5. Mario con sus papás y hermanos.



“

No había un centro comercial en Tumbes y decidimos dedicarlo a la familia.

Mario Mustafá

Unos años después, en el 2005, la presencia de la cadena en el norte del país se afianzaría incluso más, gracias a la adquisición de un nuevo hotel, esta vez en la ciudad de Cajamarca. Pero, claro está, el crecimiento de Costa del Sol no se detendría ahí. Mario Mustafá ya tenía a la capital en la mira y mientras, junto a su equipo, desarrollaban el proyecto para su primer espacio en Lima, surgió la oportunidad y lograron ganar la licitación para asumir las riendas del hotel del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

“Fue un gran reto. Es entonces que Costa del Sol le pone, además, apellido a su nombre, como suelo decir, ya que obtuvimos la franquicia de hoteles Wyndham”, señala el líder de la cadena hotelera. Es así como, en el 2007, abre el Hotel Costa del Sol Wyndham, inicialmente llamado Costa del Sol Ramada, en el principal terminal aéreo de la capital peruana.

La integración hotelera continúa

Tal como detalla Mario Mustafá, ahora que se habían posicionado en la capital, el siguiente objetivo no podía ser otro que el principal foco del turismo a nivel nacional: Cusco. Según indica, el hotel adquirido en la Ciudad Imperial, además de ser un espacio impresionante que alguna vez fue incluso la mansión del Marqués de Picoaga, fue el primero de la cadena en cuya estructuración no participó sino hasta el final. “Marcó un hito, pues significaba que ya no solo era yo, sino todo un equipo el que trabajaba”, asegura, con orgullo, el empresario.

Con su hotel en Cusco, inaugurado en el 2010, Costa del Sol mejoraba y ampliaba con creces su oferta: corporativa (norte del Perú), corporativa/receptiva (aeropuerto de Lima) y totalmente receptiva (Cusco). En el 2012, sumaría un hotel más, esta vez en la urbanización El Golf, en Trujillo, con lo cual su presencia en el norte se volvería incluso más sólida. Luego, en el 2015, la cadena abre su segundo hotel en Lima, esta vez fuera del aeropuerto, en la avenida Salaverry.

De esta forma, Mario Mustafá continuaba cumpliendo el objetivo que se propuso con su tesis, muchos años antes. Tras llegar al norte del Perú, Lima y Cusco, el siguiente destino sería la selva peruana. Tras la compra del prestigioso hotel Ucayali River, Costa del Sol abre su sede en Pucallpa, en el 2017. Dos años después, en el 2019, se completarían los once hoteles que, hasta la fecha, son parte de la cadena hotelera, con la adición de dos nuevos espacios, uno de ellos ubicado en Arequipa, y el otro, en el centro de Trujillo.

Llegados a este punto, Mario Mustafá menciona otro proyecto, surgido precisamente con un deseo de agradecer a la ciudad de Tumbes, por haber sido donde comenzó su exitoso camino como empresario, tanto con la Langostinera El Sol, ahora llamada La Bocana, como con la cadena de hoteles. Dicho proyecto fue el que dio vida al primer centro comercial de Tumbes: Costa Mar, inaugurado en el 2017 como parte de un nuevo desarrollo impulsado por la empresa y con un enfoque eminentemente familiar. Su logo, de hecho, hace referencia a la familia.

“No había un centro comercial en Tumbes y decidimos dedicarlo a la familia. Entonces, tú tienes ahí dónde parquear tu auto, juegos para los niños, un lugar donde comer, un buen cine, tiendas de ropa, lo cual me recordó mucho a Casa El Nilo,

Mario Mustafá sabe que la familia es una parte vital del Grupo Costa del Sol.

también supermercado, farmacia, cajeros automáticos, ópticas. Son treinta mil metros cuadrados y, realmente, un ícono para la ciudad, muy merecido, para la gente de Tumbes que trabaja. Yo siempre digo: nosotros comenzamos donde comienza el Perú, en Tumbes”, detalla el emprendedor chiclayano.

Ecosac, el emprendimiento agrícola

Como ocurre muchas veces, las grandes ideas de negocio surgen de una crisis. Mario Mustafá recuerda que ésto pasó cuando un nuevo problema se presentó en la langostinera de Tumbes: el virus de la mancha blanca, que hizo pensar al empresario en cómo trasladar su negocio hacia un nuevo territorio, en el que no existiera la posibilidad de contagio para los valiosos crustáceos.

Como una medida para contrarrestar esta situación, el señor Mustafá decidió formar una empresa también dedicada al trabajo acuícola, pero de manera aislada, mientras que, en paralelo, se continuaba con las labores en la langostinera de Tumbes. Para este fin, se unió con sus amigos, Guillermo León y Eduardo Vera, formando una sociedad a la que también se sumarían los hermanos del mismo empresario chiclayano. Juntos, iniciarían Eco Acuícola SAC, o también llamada Ecosac, que inició sus operaciones en el 2000 con sus primeras veintiocho hectáreas de langostinos en agua dulce de río.

“Ecosac es una empresa que, hoy, tiene alrededor de 5,800 hectáreas, con un concepto muy importante: decidimos que el agua no debía salir de la langostinera, sino que debíamos reutilizarla. Las pozas de agua, entonces, serían el reservorio para los cultivos que pensábamos sembrar y comenzamos con pimientos. Yo había tenido una mala experiencia al vender a las cooperativas en aquella época y es así como tomamos la decisión de controlar todo el circuito: producir en el campo, transformar en la fábrica y exportarlo al mundo”, enfatiza Mario Mustafá, sobre cómo la propuesta de Ecosac se fue consolidando.

El emprendimiento, en efecto, incluye hasta la fecha tanto la parte acuícola, con la crianza de langostinos en agua dulce, como el cultivo y procesamiento para exportación de diferentes vegetales. Luego de cultivar sus primeras cuarenta hectáreas de pimiento piquillo en el 2001, al año siguiente la empresa abrió su planta de conservas para procesar tanto el mencionado piquillo, como pimiento morrón y jalapeño.

Otro hito importante para la compañía fue convertirse en la primera firma de Piura en sembrar uva de mesa para exportación, junto con la firma de Reynaldo Hilbck, ambos trajeron a un técnico de Hungría para iniciar siembras independientes de uva. Para esto, Mario Mustafá comenta que pudo ver cómo era el proceso con dicho fruto en Ica, cuando todavía existía la duda de si sería probable obtener buenos resultados en el norte del Perú. Ecosac demostró que sí era posible, al punto de llegar a superar en volumen de producción al sur del país, con una uva con calidad de exportación. Todo a partir de aceptar el reto e innovar, tal como habían hecho antes con el mismo langostino, que decidieron cultivar en agua dulce en lugar de salada, como comúnmente ocurre.



Luego de ese primer cultivo exitoso de ocho hectáreas de uva Red Globe, en el 2004, Ecosac empezaría a reforzar su apartado industrial, primero, con una planta empacadora de uva, palta y mango en 2011; y después, con su planta de congelado de hidrobiológicos, para langostinos y concha de abanico en 2014. En los años siguientes, la empresa seguiría consolidándose al formar alianzas con firmas extranjeras, como es el caso de Parallel (Reino Unido), en el 2016, y Divine Flavor (Estados Unidos), en el 2018.

Los logros más recientes para Ecosac se ubican en el 2019, cuando llegan a exportar langostino entero a China, así como en el 2020, al abrir su moderno laboratorio de larvas de langostino en Sechura. Toda una trayectoria destacada para una empresa que, a la fecha, mantiene una producción constante en todos sus productos: langostinos, pimientos, uva, limón y palta.

Todo esto, además, a la par de una preocupación permanente por evitar daños al medio ambiente, motivo por el cual la compañía lleva la palabra “Eco” en el nombre.

Don Mahmud, su padre, fue un hombre más que habituado a los viajes. Él solía referirse a la importancia de tener amigos en todo lugar que uno visitase.

Asimismo, Ecosac, como bien indica Mario Mustafá, desarrolla actividades de responsabilidad social dirigidas a las ciudades aledañas.

Una diversificación que no se detiene

Mario Mustafá tiene más que clara su pasión por “convertir un terreno árido, en la playa, en una langostinera que produzca, que dé trabajo, que sea un producto de exportación, que te dé la oportunidad de trabajar en el campo, moverte a nivel mundial y, a la vez, sostener a tu familia. Lo que hago lo hago con gusto, con pasión”.

Con esa misma pasión, el empresario ha ido diversificando sus emprendimientos. Menciona, por ejemplo, que en sociedad con su familia y con su amigo Juan Puga, formó una nueva empresa en Lambayeque, denominada Proserla, también dentro del rubro agrícola y de exportación. La compañía, ubicada en el distrito de Jayanca, inició sus operaciones en el 2006, con el cultivo de piquillo y paprika.

En los años siguientes, Proserla iría sumando nuevos productos, como es el caso de la uva, mango, palta y limón. “Es una empresa que tiene 700 hectáreas, con una fábrica propia. De las 700 hectáreas, estamos a mitad de camino porque tenemos 400 desarrolladas”, enumera el hombre de negocios, agregando que su exportación llega actualmente hasta cuarenta y dos países.

Pero, años antes que con Proserla, Mario Mustafá también había entrado a participar en otra empresa dedicada a la agroexportación, en este caso, de alcachofa: Alsur Perú. Para esto, con su socio José Jiménez, abrieron una primera planta en Arequipa, durante el 2005, año que también marca el inicio de las operaciones de Alsur Perú.

“

Siempre, en las ciudades a las que hemos ido, nos hemos sentido como locales. Cuando he vivido en Piura, he sentido ese cariño de la ciudad que te acoge y en Tumbes de la misma manera.

 Mario Mustafá

Posteriormente, en el 2010, sembrarían sus primeras 180 hectáreas en Cusco, donde además abrirían una segunda planta para fabricar conservas de alcachofa, en el 2014.

En el camino, y para completar el gran grupo que representa Costa del Sol, el empresario chiclayano menciona a Interamericana, compañía dedicada a la comercialización de automóviles y repuestos y a su socio José Luis Puig. La sociedad comenzaría en el 2002, con su respectiva tienda, tanto en Piura como en Chiclayo. En los años siguientes, abriría nuevos locales en diferentes puntos del norte peruano, al punto de contar, hasta la fecha, con doce tiendas y siete talleres en Piura, así como siete tiendas y tres talleres en Lambayeque. “Hoy es una empresa que vende más de 3,500 autos, con sucursales en Tumbes, Piura, Chiclayo y Jaén”, precisa Mario Mustafá.

De esta forma, es que Grupo Costa del Sol logra reunir a empresas con diversas propuestas y, sin embargo, el señor Mustafá precisa que tanto él como su equipo ven a cada una de las compañías mencionadas como algo independiente, cada una con su respectivo gerente y directorio, y con accionistas que no son los mismos en cada caso. Es esta confianza en la diversificación de riesgos lo que termina por hermanarlas, al igual que los ideales y la filosofía de trabajo que Mario Mustafá expresa en cada uno de sus emprendimientos.

El legado de un padre

Acompañado siempre, a lo largo de su trayectoria, por su esposa, sus hijos y también, por sus hermanos, Ismael, Ricardo, Rachida y Anissa; Mario Mustafá sabe que la familia es una parte vital del Grupo Costa del Sol. Rescata, además, lo importante que es contar con una pareja que esté dispuesta a apoyar en las buenas y en las malas, sobre todo al momento de afrontar situaciones difíciles, como fue el caso de la pandemia de COVID-19, que golpeó con especial fuerza a rubros como el hotelero.

Afortunadamente, Costa del Sol estuvo en posición de soportar dicha crisis gracias a una emisión de bonos a largo plazo, que como bien resalta Mario Mustafá, fue otra muestra de la certeza de sus ideales. “Mientras más suerte tienes, es porque más trabajas”. Sin dicha certeza, tal vez le resultaría más complicado embarcarse en nuevos emprendimientos, como es el caso reciente de CarSol Perú, dentro del rubro agroexportador, así como otras iniciativas que mantiene en sectores como el inmobiliario y el entretenimiento.

En todo este recorrido, el trabajo ha llevado a Mario Mustafá a formar vínculos muy fuertes con las ciudades en las que ha vivido. Don Mahmud, su padre, fue un hombre más que habituado a los viajes. Él solía referirse a la importancia de tener amigos en todo lugar que uno visitase. Una enseñanza que el líder de Costa del Sol nunca ha dejado de aplicar a lo largo de su carrera y una forma de ver la vida que comparte con su familia.

“Siempre, en las ciudades a las que hemos ido, nos hemos sentido como locales. Cuando he vivido en Piura, he sentido ese cariño de la ciudad que te acoge y en Tumbes de la misma manera”, comenta el empresario, quien actualmente reside en Lima, desde donde le resulta más fácil estar al tanto de cada ciudad en la que funcionan sus emprendimientos. Si bien dice lamentar que todo esté tan centralizado



en el país, esto no quita que aprecie a la capital peruana como una ciudad en la que también se siente como si fuera local.

Pero, en todo caso, ¿qué lugar ocupa Chiclayo en la vida de Mario Mustafá? “El hogar de uno siempre está en Chiclayo”, afirma. Después de todo, es esta su ciudad natal, donde conoció a sus mejores amigos y donde creció aprendiendo a amar el trabajo gracias al ejemplo de sus padres, doña Graciela Aguinaga, quien hasta la fecha lo espera siempre, ahora en Pimentel, y don Mahmud Mustafá, quien lamentablemente partió hacia la eternidad pocos meses antes de que su exitoso hijo concediera esta entrevista. “Falleció a los noventa y tres años. Murió contento, feliz, con una sonrisa de misión cumplida”, afirma Mario Mustafá.

El legado del padre, no obstante, permanece vivo en cada nueva idea que surge para diversificar aún más la oferta del Grupo Costa del Sol. Perdura, además, en los tres hijos del señor Mustafá, Geilan, Mario Andrés y Thais. “Geilan me viene acompañando en la parte de Marketing desde hace varios años, Mario Andrés recién se ha incorporado en la parte comercial de Ecosac, viendo lo que es Estados Unidos, el mercado del norte y Thais, que acaba de terminar un MBA en London Business School”, concluye, así, el orgulloso padre.

Gran legado de este hombre de negocios que encontró en la diversificación y en el amor por su país y la familia, las claves de su éxito.



Familia Pérez Rivera

Arturo Pérez Ribera: un emprendedor incansable y solidario

Para Carlos Pérez Rivera, hijo de don Arturo Pérez Ribera y doña Nelly Rivera, el legado de su padre guarda estrecha relación con una poderosa palabra: solidaridad, esto es, ayudar al prójimo. En efecto, Arturo Pérez Ribera no solamente fue un empresario que supo cosechar éxitos con las tres recordadas tiendas que abrió en Chiclayo; sino que, con el mismo empeño, dedicó su vida al trabajo en distintas organizaciones de carácter social. Se caracterizó por ser un líder preocupado por todas las personas, y no solo por su familia y trabajadores; un emprendedor dispuesto a escuchar y a brindar apoyo.

Durante muchos años, Arturo Pérez Ribera fue, también, el nombre del grupo empresarial conformado por La Tiendecita Rosada, Audio TV Center e Imapesa. Tres lugares que se ganaron un sitio en la preferencia de la comunidad chiclayana, tanto por la calidad de su servicio como por su variada y novedosa oferta. Don Arturo, quien desde muy joven demostró ser un hábil vendedor, nunca dejó de esforzarse para sacar adelante a su familia, incluso cuando el reto consistió en empezar desde cero en una nueva ciudad, como ocurrió en la Capital de la Amistad.

De hecho, Carlos Pérez, aunque nacido en Lima, no tiene dudas al afirmar ser un chiclayano: “Si me preguntas si soy chiclayano, iyo soy chiclayano! He vivido casi toda mi vida en Chiclayo”. Fue en esta parte del país donde él vio a su padre luchar a diario para mantener en funcionamiento los negocios que permitían sostener el hogar, contando con el apoyo incondicional de su esposa, Nelly Rivera. El mayor de los hermanos Pérez Rivera recuerda aquellos inicios en los que no faltaron las dificultades; pero, al mismo tiempo, crecían en valores, pues pudo aprender, gracias al ejemplo de su padre, el verdadero amor de familia y el amor al trabajo, ya que don Arturo, hasta el final de sus días, nunca dejó de pensar en nuevas formas de hacer empresa.



Familia *Pérez Rivera*

1970



Un terremoto afecta a la región Áncash, incluyendo la ciudad de Casma, donde vivían Arturo Pérez, su esposa e hijos.



1929

En La Paz, Bolivia, nace Arturo Pérez Ribera, quien desde temprana edad trabajaría como vendedor.



1971

Arturo Pérez Ribera y su familia llegan a Chiclayo, tras dejar Casma. Abren su primer negocio: La Tiendecita Rosada.

1944

Con 14 años, Arturo Pérez emigra de Bolivia y llega a Perú junto a su padrastro, su madre y hermanos.

1980

La familia abre la segunda tienda del grupo, Audio TV Center, especializada en equipos de sonido.





1985

Empieza a funcionar la tercera tienda, Imarpesa, con un modelo en el que los clientes pagaban exclusivamente al contado.



1996

Dejan de funcionar las tres tiendas que conformaron el Grupo Arturo Pérez Rivera.

1987



Tras un infortunado accidente, fallece Arturo Pérez Rivera. Ese mismo año, fallece también su tercer hijo, Rafael.



2021

Fallece la señora Nelly Rivera, quien había continuado con el negocio tras la partida de su esposo, Arturo Pérez Rivera.

1988

La Tiendecita Rosada se muda a nuevo local, ubicado a un costado del anterior, en la Av. Pedro Ruiz Gallo.

“

Carlos Pérez, aunque nacido en Lima, no tiene dudas al afirmar ser un chiclayano: Si me preguntas si soy chiclayano, iyo soy chiclayano! He vivido casi toda mi vida en Chiclayo.

Carlos Pérez

Esta es la historia de don Arturo Pérez Ribera: un emprendedor incansable.

Familia migrante

Don Arturo nació en La Paz, Bolivia, el 23 de agosto de 1929. Cuando tenía apenas catorce años, a mediados de los años 40, su familia decidió dejar el país vecino para buscar mejores oportunidades en otras latitudes. Por entonces, Arturo Pérez Ribera llegó como parte de un grupo liderado por su padraastro, don Víctor Álvarez, y su madre, doña Stäel Ribera. Junto a ellos, además, arribarían algunos de sus siete hermanos.

Según menciona Carlos, su padre empezó a trabajar desde muy pequeño, al punto que habría tenido que dejar el colegio para desempeñarse como vendedor y así apoyar económicamente en su casa. “Trabajó en Bolivia desde muy corta edad. Luego, al emigrar a Perú, continuó laborando en ventas. Era un gran vendedor, te podía vender cualquier cosa”.

Ya instalados en el Perú, la familia Pérez Ribera buscó oportunidades en diferentes localidades. El joven Arturo fue creciendo en edad y en experiencia; conforme transcurrían los años, recorría con su maletín diferentes provincias para ofrecer sus productos. Con el tiempo, fue centrándose en el rubro de electrodomésticos, labrando un futuro prometedor, puesto que lograría el reconocimiento cuando al fin estuvo en capacidad de formar su propia empresa.

La tienda en Casma

Esta oportunidad vendría años después, cuando don Arturo logró abrir su tienda en la ciudad de Casma, Áncash. Fue allí, donde permanecería muchos años y se haría conocido, precisamente, por el negocio de los electrodomésticos y los productos para el hogar. “La tienda llevaba el mismo nombre de mi padre, se hizo especialmente conocida por su línea de juguetes”, enfatiza el hijo de don Arturo, quien además nos relata una anécdota que, sin duda, demuestra la importancia que llegó a tener la tienda para más de una generación de niños en Casma: “Después de años, visité con mi esposa Tortugas, el balneario más cercano a Casma. Fuimos a tomar desayuno a un restaurante; conversando con la dueña, resultó que ella, cuando era chica, había ido a la tienda de mi papá por los juguetes”.

Volviendo a la cronología de los hechos, don Arturo, establecido en Casma, ya tenía un hogar formado junto a doña Nelly Rivera, natural de Barranca (Lima), a quien había conocido en Huaraz, en uno de sus tantos viajes como vendedor. Debido a que el primer hijo del joven matrimonio murió a los días de nacido, su madre decidió no volver a dar a luz en Casma. «La atención médica —imagino— no debía ser muy buena, entonces, cada vez que se acercaba la fecha de alumbramiento de cada uno de sus hijos, mi madre viajaba a Lima. De hecho, después de ese incidente, los tres primeros hermanos nacimos en Lima; solamente el último hermano vino al mundo en Chiclayo”, precisa Carlos.

Milagro, Rafael y Carlos, aunque limeños de nacimiento pasaron sus primeros años en la ciudad ancashina de Casma, donde ya se habían afincado los Pérez Rivera. Sin embargo, su situación cambiaría drásticamente a raíz de un evento natural



catastrófico. En 1970, un fuerte sismo azotó Áncash, provocando graves pérdidas humanas y materiales en distintas zonas de la región. El “terremoto del 70”, considerado el más terrible de la historia peruana, causó que una ciudad entera, Santo Domingo de Yungay, quedase sepultada por un alud.

Casma, también, se vio seriamente afectada. “Quedó casi destruida. Entonces, mi padre y mi madre, recuperando lo que pudieron rescatar, se mudan a la ciudad de Chiclayo”, acota Carlos Pérez. Es así como, en el año 1971, la familia deja la región Áncash y se desplaza hacia el norte del Perú. Nuevamente, en búsqueda de un futuro mejor.

Emprendiendo en tierras chichilayanas

Carlos Pérez está casi seguro de la razón principal por la cual su padre eligió a Chiclayo como el nuevo destino de la familia tras dejar Casma: “Mi padre tenía un muy buen amigo llamado Horacio Pardo Figueroa, quien era gerente del entonces Banco

“

Cuando llegamos a Chiclayo, estábamos en una condición bastante humilde. Recuerdo que nosotros vivíamos en la tienda. Había unas cortinas que separaban la tienda del lugar donde dormíamos.

Carlos Pérez

Norperú, en la Capital de la Amistad. Él animó a mi padre diciéndole: ‘Oye, hay unas tiendas excelentes acá. Ven, yo te apoyo, no te hagas problemas’”.

El señor Pardo, según recuerda, apoyó mucho a su padre e, incluso, los hospedó momentáneamente en su casa hasta que consiguieron instalarse en otro lugar. Don Arturo, por esos años, alquiló dos locales grandes ubicados en la cuadra ocho de la avenida Pedro Ruiz, propiedad de unas señoritas de apellido Urbina. Su idea era abrir una gran tienda en la que se ofreciesen distintos productos para el hogar, sobre todo, muebles y electrodomésticos.

“Cuando llegamos a Chiclayo, estábamos en una condición bastante humilde. Recuerdo que nosotros vivíamos en la tienda. Había en el local una especie de mezanine y ahí residíamos. Simplemente había unas cortinas que separaban la tienda del lugar donde dormíamos”, refiere Carlos Pérez Rivera.

A esta primera tienda, don Arturo, bautizó con un nombre muy particular: La Tiendecita Rosada. Pero, ¿de dónde surgió la idea de llamar así al nuevo negocio? Carlos afirma que su padre, en cierta oportunidad, les contó la historia detrás de esta decisión: cuando la familia llegó a Chiclayo, el padre de familia se encontraba con todo el trabajo de montar la tienda y, una noche, mientras dormía, tuvo un sueño premonitorio.

“En su sueño, él decía que la tienda se iba a llamar así: La Tiendecita Rosada. En ella todo era rosado, hasta los carros. Cuando se levanta, al día siguiente, y le cuenta esto a mi mamá, ella le dice: ‘Bueno, si es tu sueño, hazlo de ese modo, llama a la tienda así.

Recuerdos memorables

1. Arturo Pérez Ribera junto a su esposa Nelly Rivera Figueroa.
2. Arturo Pérez Ribera junto a su esposa Nelly Rivera Figueroa en la celebración de su matrimonio, el 13 de enero de 1963.
3. Arturo Pérez Ribera a los 31 años de edad.
4. Arturo Pérez Ribera recibiendo reconocimiento como mejor distribuidor regional de la marca National – Panasonic.
5. Arturo en Conferencia del Rotary Club, año 1978.





Los carros, eso sí, no los pintes de rosado”, rememora Carlos, con una sonrisa en el rostro.

Precisamente, con una fachada rosada, la primera tienda de la familia Pérez Rivera en Chiclayo abrió sus puertas en 1971, el mismo año de su llegada a la ciudad. Los dos amplios locales que conformaban la tienda, con el tiempo, quedaron conectados a través de una puerta y en ellos se vendía un poco de todo. Aunque en un principio —según Carlos Pérez— lo principal, dentro de su oferta, fueron los muebles para sala y comedor.

Carlos, quien tenía aproximadamente cinco años cuando la familia se trasladó a Chiclayo, afirma fehacientemente que el buen trato que su padre daba a las personas, tanto clientes como trabajadores de la misma tienda —esto es, el don de gente—, es lo que siempre lo caracterizó. “Él mismo atendía a los clientes; era un vendedor más”. De esta forma, La Tiendecita Rosada se fue ganando el corazón del público chiclayano, gracias a la calidad de la atención y a su novedosa oferta para la época, especialmente, dentro del rubro de electrodomésticos. En aquel tiempo, continúa Carlos Pérez, en la

Carlos afirma que el buen trato que su padre daba a las personas, tanto clientes como trabajadores de la misma tienda es lo que siempre lo caracterizó.

avenida Pedro Ruiz no había tanto movimiento comercial como sí empezaría años después; la tienda de la familia era, a decir verdad, la única de su tipo en aquella zona.

Crecimiento y momentos difíciles

Cuando Carlos apenas comenzaba sus estudios en el colegio Manuel Pardo de Chiclayo, uno de los sacerdotes de la escuela le preguntó por su apellido y el de su padre: “Carlos Pérez Rivera y Arturo Pérez Ribera”, respondió el niño. “¡No puede ser!, ¿cómo van a tener los mismos apellidos?”, expresó con sorpresa el clérigo. Esta no sería la única vez en que esa curiosa similitud entre los apellidos, diferenciados por tan solo una letra, provocara confusión en otras personas. Esta es otra de las tantas anécdotas que rememora las primeras vivencias de la familia en la ciudad norteña que los estaba albergando y en la que tendrían la oportunidad de prosperar.

Carlos fue testigo no solo del éxito; sino, sobre todo, de la dedicación y el esmerado esfuerzo que requerían mantener La Tiendecita Rosada. No fue un reto menor, evidentemente, para el señor Arturo Pérez empezar en una nueva ciudad, donde nadie lo conocía. “En realidad, no había días de descanso. Domingo se abría hasta la una de la tarde y, por supuesto, el Día de la Madre, 28 de julio y todas las fechas tradicionales en que la gente compra artefactos”, expresa, ahora, el hijo del recordado empresario.

Si bien, en un principio, la línea de muebles ocupaba por lo menos la mitad del espacio de la tienda, con el tiempo esto iría cambiando. Los electrodomésticos y equipos de oficina fueron desplazando a dicho rubro inicial.

Arturo Pérez Rivera supo ganarse la preferencia de un público que buscaba la mejor calidad de sonido a un precio que justificara la inversión.

Como es lo natural en un negocio próspero, las transformaciones surgían con el paso de los años; no obstante, se mantenía inmutable el buen trato de don Arturo hacia el público, lo que constituía un ejemplo a seguir por los demás. Su equipo de vendedores, en ese sentido, veía en él a un jefe tan eficiente para manejar el negocio como presto para brindar ayuda cuando alguien lo necesitaba. “Yo creo que una de las razones por la cual su personal lo quería tanto era su disposición y entereza hacia ellos, ya que siempre estaba diligente a todos; le prestaba mucha atención a los problemas de sus trabajadores, estaba continuamente pendiente de lo que necesitaban. Hasta ahora la gente que trabajó con él lo recuerda con mucho cariño”, enfatiza Carlos Pérez Rivera.

Con todo esto, La Tiendecita Rosada siguió ganando clientela y la reputación del señor Pérez Ribera fue creciendo a la par. Carlos señala que también vivieron la época de la hiperinflación durante los 80, aquella en la que los precios de los productos cambiaban hasta dos veces por día. “En la mañana te llegaba una lista de precios y, por la tarde, otra. Los 80 fue una época difícil, donde la gente no quería tener dinero en su bolsillo y quien lo tenía buscaba gastarlo, pues no sabía si mañana ese dinero valdría lo mismo”.

Esto, según Carlos, hizo que, inicialmente, las ventas en el negocio subieran. No obstante, dicha situación tampoco se prolongaría por mucho tiempo. En cierta ocasión, recuerda haber acompañado a su padre a una convención de la marca Panasonic, en la cual un reconocido economista brindó una charla advirtiendo a los distribuidores que todo era una ilusión y que no duraría mucho. Y, efectivamente, eso fue lo que ocurrió años después.

Los 80 sería un periodo marcado por oportunidades de crecimiento y dificultades para los Pérez Rivera. En ese transcurso e incluso durante la década anterior, el negocio familiar no dejaría de prosperar, debido, en gran medida, a la buena administración del señor Arturo Pérez. Este progreso, además, permitió que la familia comprara su propia casa, dejando así de vivir en el mezanine de La Tiendecita Rosada.

Dicho crecimiento se vio expresado en el inicio de otros emprendimientos, cada uno con particularidades muy marcadas. Un detalle que, en realidad, demostraba que Arturo Pérez Ribera no solo era un líder solidario y empeñoso; sino también, un hombre con una visión creativa para los negocios, dispuesto a tomar los riesgos necesarios para hacer realidad aquellas ideas que lograban entusiasmarlo.

Dos nuevas tiendas

Una de dichas ideas tomó forma cuando tuvo la oportunidad de alquilar un local en la misma avenida Pedro Ruiz, a solo una cuadra de La Tiendecita Rosada. En dicho espacio, que ya había sido pensado como un moderno estudio de grabación por su anterior ocupante, don Arturo abrió su segundo negocio, especializado en todo lo concerniente a equipos de sonido. Esta nueva tienda se llamó Audio TV Center y abrió sus puertas en 1980.

“Si bien vendía todo lo relacionado a electrodomésticos, su foco principal fue la línea de audio. Yo terminé el colegio en el año 1982 y recuerdo haber ido a dicha tienda. Pasaba horas en su sala de audio con mis amigos”, rememora Carlos Pérez. Su padre, en ese sentido, supo ganarse la preferencia de un público que buscaba la mejor calidad de sonido a un precio que justificara la inversión, optando, para ello, por ofrecer mercadería importada.



Tras haber obtenido este nuevo éxito con Audio TV Center, Arturo Pérez Ribera pensó en abrir una tercera tienda. Con dicho fin, como alega su hijo, decidió seguir el ejemplo de uno de sus referentes como emprendedor: el señor Carlos Hiraoka, fundador de la reconocida compañía Hiraoka. “Siempre le gustó el modelo que usaba don Carlos Hiraoka, él veía a sus tiendas como un referente y quiso hacer algo similar. Entonces, abrió una tercera tienda en la que solamente vendía al contado”.

En efecto, este tercer negocio se distinguió de los anteriores por vender exclusivamente al cash, es decir, en efectivo y fue bautizado por el padre de familia como Imapesa, acrónimo de Importaciones Arturo Pérez S.A. En esta oportunidad, el nuevo local, abierto en 1985, se centró netamente en el campo de los electrodomésticos y en la venta de equipos de oficina de la época como máquinas de escribir, centrales telefónicas, etcétera. Cabe aludir que, a diferencia de La Tiendecita Rosada y Audio TV Center, Imapesa estuvo ubicada en la avenida Luis Gonzales, frente al Hospital Las Mercedes de Chiclayo.

“

Una de las novedades que implementó en el colegio Manuel Pardo fue el laboratorio de idiomas, algo revolucionario en esa época para Chiclayo.

Carlos Pérez sobre su padre

En otro momento, Carlos Pérez indica que su padre designó como gerente de Imapesa a uno de sus grandes amigos, Simón Limo, a quien habría conocido desde sus años de residencia en Casma. Incluso, relata que el señor Limo, quien anteriormente trabajaba en un banco, decidió retirarse de dicho empleo para ir a trabajar con su amigo Arturo. En el caso de Audio TV Center, confió su administración a su hermano Mario Álvarez Ribera, quien desempeñó por muchos años el cargo de gerente. Don Arturo tenía el don de colocar a personas idóneas y confiables y de allí también la razón del éxito en todo lo que emprendía.

Junto con esa sabiduría para rodearse de gente tan confiable como talentosa, don Arturo Pérez sabía que necesitaba del apoyo de otras personas para poder sostener las tres tiendas y, a la vez, dedicar tiempo a esa vocación de servicio que era otra de sus cualidades que lo caracterizaban.

Es importante reconocer también, entre esas personas claves, a don Enrique Pérez Tello, brazo derecho de don Arturo. Aunque compartían el mismo apellido, no eran parientes sanguíneos, pero sí entregaba todo como si fuera de la propia familia. Por sus méritos, ascendió a jefe de ventas de La Tiendecita Rosada; era quien matutinemente abría las puertas al público y al llegar la noche las cerraba. Posteriormente al fallecimiento de don Arturo, siguió con sus labores y ayudó a doña Nelly en los diversos aspectos del negocio hasta el día en que el señor Enrique partió también a la eternidad.



Personas especiales

1. Colaboradores de La Tiendecita Rosada.
2. Olimpiadas por aniversario de La Tiendecita Rosada, año 1985.
3. Nelly Rivera junto a su familia celebrando el año nuevo 2021.
4. Nelly Rivera y sus tres hijos. De derecha a izquierda: Carlos, Milagro y Miguel Pérez Rivera.
5. Pintura de Arturo Pérez Ribera.
6. Pintura de Nelly Rivera Figueroa.



Dejando huella en la comunidad

“Mi padre era una persona a la que le gustaba participar en diferentes organizaciones y distintas actividades en la comunidad. Creo que ese es otro motivo por el que lo conocía tanta gente. Formaba parte de la Asociación de Padres de Familia del Colegio Manuel Pardo; también, en la comunidad católica de Santa Victoria, presidida por los sacerdotes de la Parroquia Nuestra Señora de la Consolación; en el Rotary Club, etc. Creo que, con tantas actividades, era un poco difícil para él estar en todas partes, controlando y llevando las cosas de manera correcta”, asevera Carlos Pérez.

El colegio Manuel Pardo, donde estudiaron sus hijos, llegaría a convertirse en uno de los grandes compromisos con la comunidad chiclayana que siempre tuvo el señor Arturo Pérez. Como parte de la Asociación de Padres de Familia, don Arturo, no tardó en hacerse muy amigo de los sacerdotes que dirigían el emblemático plantel chiclayano. Carlos afirma que su padre llegó a ser el presidente de la asociación por varios periodos, contando con el apoyo de amigos como Ricardo César, quien

Don Arturo Pérez también brindó constante apoyo financiero al Asilo de Ancianos de Chiclayo y participó en eventos a favor de la comunidad católica.

compartía los mismos ideales en pro de las mejoras de dicho centro colegial y del bienestar de sus alumnos.

“Una de las novedades que implementó en el colegio Manuel Pardo fue el laboratorio de idiomas, algo revolucionario en esa época para Chiclayo. Ningún otro colegio tenía un laboratorio de idiomas y este se hizo realidad durante el tiempo que mi padre fue presidente de la asociación de padres de familia. Estuvo en ese cargo durante varios periodos, unos cuatro o cinco años”, detalla Carlos Pérez sobre los logros de su padre en este campo, donde una vez más quedaba demostrada su capacidad para innovar y para sacar adelante ideas que beneficiaron a las nuevas generaciones.

Como homenaje a este esmerado trabajo y a su dedicación como presidente y miembro de la Asociación de Padres de Familia del colegio Manuel Pardo de Chiclayo, la promoción del año 1989, justamente la de su menor hijo Miguel, lleva el nombre de Arturo Pérez Ribera.

Nunca existió duda, como bien recalca Carlos Pérez, de la gran capacidad, idoneidad y disposición que tenía su padre para escuchar a los demás. Siempre preocupado por quienes eran parte de su equipo, buscando constantemente la forma de atender sus inquietudes y procurando que se sintieran a gusto con y en su trabajo. Asimismo, más allá de la esfera pública, don Arturo, también brindó apoyo directo a muchas personas como fue el caso de un niño —por citar un ejemplo—, al que apoyaba con la compra de su lista de útiles escolares todos los años.

Esta misma empatía era la que ponía en práctica cuando se unía y participaba en diferentes organizaciones con proyección hacia la comunidad chiclayana. Carlos evoca

“

Trabajaron juntos desde los inicios en los que no poseían nada material, excepto su gran entrega y devoción. Siempre estuvieron juntos y ese trabajo en equipo y fiel los sacó adelante.

Carlos Pérez sobre sus padres

la actividad de su padre como integrante del distrito 446 del Rotary Club, haciendo labor social en diferentes lugares de Lambayeque. Incluso, su padre llegó a ser electo presidente local de dicho club, cargo que nunca ejerció debido a su deceso.

De igual manera, don Arturo Pérez brindó constante apoyo financiero al Asilo de Ancianos de Chiclayo y participó activamente en eventos a favor de la comunidad católica. Era miembro del Cursillo de Cristiandad —como añade su hijo— y trabajaba de cerca con los sacerdotes de la Parroquia Nuestra Señora de la Consolación. Don Arturo, dada su ferviente devoción católica, nunca perdió la oportunidad de planificar acciones que permitieran recaudar fondos para la realización de obras en beneficio de la congregación religiosa, por ejemplo, las ferias organizadas en el terreno de la urbanización Santa Victoria, donde, posteriormente, se levantaría la iglesia de Nuestra Señora de la Consolación; un espacio sagrado considerado, hasta hoy, uno de los más representativos de la Capital de la Amistad.

Carlos, efectivamente, fue testigo desde muy pequeño del esfuerzo que ponía su padre en dichas actividades, hace referencia a la obra, cuya primera piedra sería colocada a mediados de 1975: “Me acuerdo que hacían ferias para recolectar dinero y comenzar con la construcción de la iglesia”. Una edificación que, actualmente, forma parte del legado que ayudó a forjar el señor Arturo Pérez Ribera en la ciudad de Chiclayo.

La importancia de la familia

Chiclayo fue el lugar donde crecieron los cuatro hijos del matrimonio Pérez Rivera: Carlos, Milagro, Rafael y Miguel; este último nacido en la misma ciudad norteña. Carlos, el mayor de los cuatro, cuenta que los tres hijos varones estudiaron en el colegio Manuel Pardo, mientras que Milagro, la única mujer, curso unos años en el colegio Santa Ángela y los otros, en la institución educativa Nuestra Señora del Carmen.

Pese a haber dejado la escuela a muy temprana edad —o quizás, por ello—, don Arturo se preocupó de asegurar una buena educación para sus hijos. Además, ya como un exitoso empresario, se esforzó en mejorar sus propias habilidades participando como alumno en muchos cursos de la Universidad de Piura, dirigidos a gerentes y ejecutivos empresariales.

Este deseo constante de superación fue heredado a sus hijos, quienes labraron su propio camino siguiendo el ejemplo perseverante de su padre. Carlos comenta que don Arturo llegó a ser muy amigo del rector y de los decanos de las distintas facultades de la Universidad de Piura de esa época. Su cercanía con este centro de enseñanza superior motivó, posteriormente, al mayor de sus hijos a estudiar Administración de Empresas en dicha casa de estudios, pasos que luego seguiría su hermano menor Miguel.

Un pilar importante en la trayectoria de don Arturo fue la figura de su amada esposa, doña Nelly Rivera, quien de manera abnegada y amorosamente le brindó su apoyo constante e incondicional. “Trabajaron juntos desde los inicios en los que no poseían nada material, excepto su gran entrega y devoción. Probablemente, tuvieron problemas para llevar comida a casa en el día a día, pero siempre estuvieron juntos y ese trabajo en equipo y fiel los sacó adelante”, como bien enuncia Carlos Pérez.



Mientras don Arturo dedicaba su tiempo a sostener las tres tiendas que permitían el progreso de la familia, su compañera de vida se esforzaba por mantener el equilibrio y orden en el hogar. Luego, tras la trágica partida de su esposo, sería también la señora Nelly Rivera quien tomaría las riendas del grupo de negocios familiar.

En este clima de unión y lucha diaria familiar, se fue forjando el carácter de los hijos del matrimonio, quienes vivieron de cerca el esfuerzo de sus padres para vencer cada una de las dificultades que iban apareciendo. Con el paso de los años y pese al aumento de la competencia, las tiendas de don Arturo se iban consolidando, aún más, en la preferencia del público chiclayano, debido, sobre todo, a una marca ligada al compromiso y a la solidaridad.

Tristes despedidas y el final de una era

La más profunda tristeza, sin embargo, llegaría al corazón de la familia en 1987, un año marcado por la lamentable pérdida de tres de sus integrantes: don Arturo Pérez

Las tiendas de don Arturo se iban consolidando, aún más, en la preferencia del público chiclayano, debido, sobre todo, a una marca ligada al compromiso y a la solidaridad.

Ribera, el tercero de sus hijos, Rafael Pérez Rivera, y la madre de doña Nelly Rivera.

Carlos Pérez relata que, cada año, el día 2 o 3 de enero, se hacía el inventario general de las tres tiendas que conformaban el grupo. “Esto era un súper evento. Después del inventario, se brindaba un almuerzo para todo el personal. La gente esperaba con mucho entusiasmo ese día y ya no eran, pues, diez empleados, sino cincuenta; entonces, era un grupo más o menos grande de personas, más los invitados”.

Fue el 3 de enero de 1987, al promediar la una de la tarde, que don Arturo Pérez Ribera tuvo un desafortunado accidente mientras terminaba de supervisar el inventario. Carlos muestra un recorte del diario La Industria de aquella época, donde se cita que el empresario y filántropo sufrió una aparatosa caída de una escalera de poca altura al interior de La Tiendecita Rosada, justo cuando todo estaba listo para el tradicional almuerzo de camaradería en el recreo El Embrujo, “con todos los ejecutivos y servidores de sus empresas”.

En el ejemplar del periódico se recoge el testimonio de uno de los trabajadores de la compañía: “Ese día, muy jovial como siempre, nos dijo que no era tarde para celebrar al lado de nosotros el año nuevo, debiendo estar en el almuerzo desde el obrero de menor rango hasta el más alto ejecutivo de sus tiendas”.

El golpe en la cabeza que sufrió el empresario resultaría mortal. Luego de que el almuerzo quedara suspendido, sería llevado a Lima, hasta la clínica San Borja, donde fue internado y sometido a una intervención quirúrgica. Lamentablemente, pese al esfuerzo de los médicos, dejó de existir durante la madrugada del 13 de enero.

La Tiendecita Rosada dejó una huella imperecedera en la memoria de los chiclayanos, debido al excelente servicio, la variedad en su oferta y al recuerdo de don Arturo Pérez Ribera.

“Fue un año especialmente duro para la familia porque falleció mi padre en enero. Luego, la mamá de mi mamá, o sea, mi abuela fenece a los dos o tres días y mi hermano, Rafael, perece como cinco o seis meses después. Él nunca llegó a ir a la universidad, pues desde temprano le detectaron un cáncer, que le estuvieron tratando hasta el punto en que fue irreversible”, refiere Carlos Pérez.

Tras estos trágicos sucesos que remecieron a toda la familia, fue la señora Nelly Rivera quien tomó “el timón”. Si bien ella carecía de experiencia para el manejo de las tiendas, supo llevarlas eficientemente, gracias a que, por fortuna, los trabajadores del grupo estuvieron dispuestos a ayudarla para que los negocios continúen en marcha, como lo asevera su hijo Carlos.

De esta forma, las tiendas del Grupo Arturo Pérez Ribera pudieron seguir funcionando otros nueve años. Es más, el primer trabajo de Carlos Pérez, tras culminar la universidad, fue en la empresa de su familia, ayudando a su madre en los negocios; luego se independizó e inició su propio emprendimiento.

En la gestión de doña Nelly, La Tiendecita Rosada se muda a un local propio, ubicado al costado de su espacio original, en la misma avenida Pedro Ruiz. Esto prueba su dedicada labor empresarial. El nuevo local había pertenecido al señor Julio Cevallos, bajo el rubro de venta de automóviles.

“Mi padre había dejado gente que, realmente, lo quería y apreciaba; y estas personas apoyaron mucho a mi madre. Gracias a Dios, ella tuvo gente muy buena a su lado y, por eso, también, salió adelante. Caminaron por unos buenos años más juntos, hasta que, bueno, el negocio empezó a decaer”. Carlos precisa que tanto la creciente competencia, en la zona, como la llegada de las grandes cadenas de artefactos fueron las causas principales de que las tiendas reportaran, poco a poco, cada vez menos ganancias hasta el punto que dejaron de atender al público en el año 1996. Sin embargo, pese al cierre definitivo, La Tiendecita Rosada dejó una huella imperecedera en la memoria de los chiclayanos, debido al excelente servicio, la variedad en su oferta y al recuerdo de don Arturo Pérez Ribera, que permanece vigente hasta la actualidad.

El legado más valioso

Hoy, Carlos Pérez vive en Oklahoma, Estados Unidos, junto a su esposa Maranatha y sus hijos Rafael y Nicolás. Su primogénita, Andrea, próximamente radicará también en USA.

En cuanto a la visión empresarial de don Arturo, Carlos narra una historia interesante, concretamente, de un viaje a EE. UU., que su padre realizó para participar en una convención de la marca Phillips, y que vale la pena mencionar: “Mi padre siempre andaba en la búsqueda de nuevos emprendimientos. Entonces, después de haber estado en esa convención, llegó a Chiclayo con la idea de construir un hotel, incluso mandó a hacer los planos”.

Lo particular de dicho proyecto era la idea de combinar un hotel con un centro comercial, muchos años antes de que Chiclayo contara con su primer gran espacio de este tipo. “Y lo característico iba a ser el último piso, pues en la parte de arriba, habría un restaurante giratorio. Resulta que la convención, a la cual asistió mi padre,

“

Si algo quisiera
dejar a mis hijos,
sería eso: el ayudar
al prójimo.

Carlos Pérez

tuvo lugar en la ciudad de San Antonio, Texas. Muchos años después, cuando viajé a Houston, otra ciudad del estado de Texas, un amigo me propuso visitar San Antonio, que estaba a solo dos horas. Viajo a San Antonio y me doy con la sorpresa de que ahí había un restaurante giratorio. ¡De ahí había sacado la idea mi padre! -me dije- Lo había visto y, seguramenre, habría dicho: ‘Esto sería algo muy bueno para hacer en Chiclayo’”.

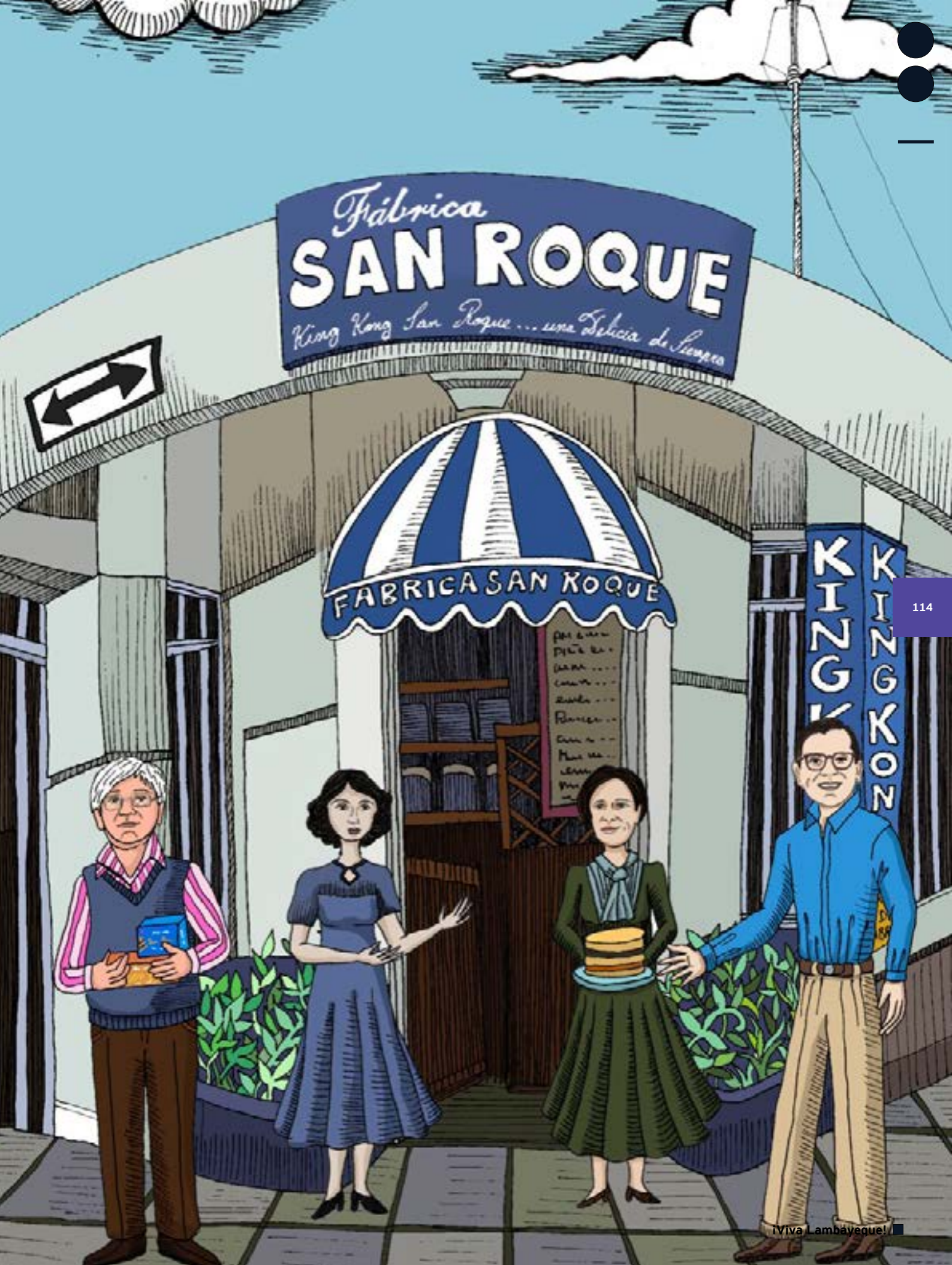
Una anécdota que evidencia tanto ese ímpetu emprendedor de Arturo Pérez Ribera como el lugar que siempre ocupó Chiclayo en su mente y su corazón. Chiclayo, la ciudad que acogió a su familia, lo vio progresar y lo recompensó por su perseverancia, su esfuerzo constante, su empatía y su capacidad de servicios. Aquella Capital de la Amistad donde se hizo de un nombre por su don de gente y por su gran solidaridad y voluntad de ayudar a otros.

El proyecto, sin embargo, no se hizo realidad debido al fallecimiento de don Arturo. Pero Carlos comenta que, incluso, su padre llegó a comprar el terreno donde se hubiese construido este innovador negocio: entre las avenidas Francisco Bolognesi y Luis Gonzales.

Por otra parte y ya finalizando esta reseña de la vida de don Arturo, la familia, hace unos años, dio origen a una iniciativa inspirada en el ejemplo y legado del patriarca: la Fundación Arturo Pérez Ribera, orientada a ayudar a gente necesitada. Comenta Carlos que la fundación realiza variadas actividades como llevar regalos y víveres a diferentes localidades en época de Navidad, así lo han hecho en la región Cajamarca durante los últimos dos años. En una ocasión, obsequiaron una pequeña vivienda a una madre soltera de bajos recursos económicos que nunca había tenido una casa propia. Esta ayuda trasciende fronteras, pues en Estados Unidos, le proporcionaron un auto a una familia que lo necesitaba. En definitiva, hay distintas acciones de apoyo.

La fundación sigue ahora con más fuerza después de la partida al cielo de doña Nelly Rivera en abril del 2021. “La idea es continuar con el legado de mi padre y ahora, también, de mi madre. Gracias a Dios, hemos sido bendecidos en muchos aspectos y es nuestra responsabilidad hacer algo por la sociedad”, enuncia asertivamente Carlos. En efecto, al preguntarle sobre el principal legado de su padre, su respuesta no es dubitativa; sino, más bien, se concentra en una sola y potente palabra: isolidaridad! “Si algo quisiera dejar a mis hijos, sería eso: el ayudar al prójimo”.

Estas líneas, precisamente, buscan recordar la historia de don Arturo Pérez Ribera, un hombre que siempre trató bien a los demás y que, desde sus emprendimientos, contribuyó al desarrollo de Chiclayo, brindando trabajo a muchas personas y, al mismo tiempo, participando en diversas actividades a favor de la comunidad. Un ejemplo que hoy continúa presente en el trabajo de sus hijos a través de la fundación que lleva su nombre y en cada una de las obras que ayudó a concretar. Es así que, pese a su temprana partida y a que sus empresas no se encuentran activas en la actualidad, el legado de don Arturo permanece vivo y firme en la memoria de los chiclayanos.



Fabrica SAN ROQUE

King Kong San Roque... una Felicia de Siempre

FABRICA SAN ROQUE

K
I
N
G
Z
H
K

K
O
N
G
Z
H
K

pan
dulce
caja
caja
caja
caja
caja
caja
caja
caja
caja



San Roque

Familia Piscoya

Una tradición lambayecana que inició con el deseo de ayudar

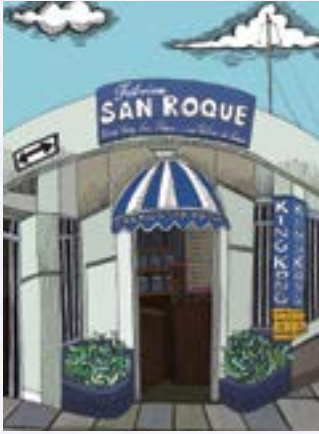
115

Dos palabras definen a la empresa San Roque: familia y tradición. Su imagen se ha renovado con el tiempo, pero dichos pilares permanecen intactos desde 1920, cuando un grupo de reconocidas damas de Lambayeque se reunían en la casa de doña Victoria Mejía de García para preparar y vender dulces tradicionales, con el fin de apoyar a un grupo de ancianos de extrema pobreza. Una tradición centenaria que inició en aquella vivienda de la calle Dos de Mayo, antiguamente conocida como San Roque.

El legado de la compañía, además, tiene que ver con un producto más que emblemático para Lambayeque. Un producto cuyo nombre surgió de la picardía popular y su agudeza para comparar el pecho del gorila gigante de la película del momento, con el alfajor de gran tamaño que las señoras elaboraban en casa de doña Victoria Mejía. Así nacería el “King Kong de la calle San Roque” y, junto con él, un requisito casi obligatorio para cualquier persona que visite tierras lambayecanas: comprar y saborear el típico dulce relleno de manjar blanco.

Hoy, el responsable de mantener vivo este legado es Jorge Piscoya Madueño, con el apoyo invaluable de su esposa, Grecia Díaz de Piscoya.

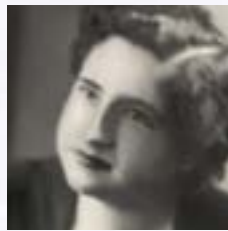
Ingeniero industrial de profesión, el empresario lleva siempre consigo las lecciones de vida que recibió tanto de su padre, Jorge Piscoya Mayquen, como de su querida abuela, Perpetua García Mejía. “Siempre la vi como mi abuela, aunque biológicamente no era mi familia, porque ella crió a mi padre como su hijo único y mis primeras imágenes de familia han sido con ella”, afirma el actual gerente general de San Roque, mientras empieza a relatar la historia que comenzó en aquellos lejanos años 20, con doña Victoria Mejía, la madre de su abuela.



Familia Piscoya



1943

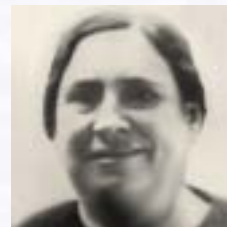


Doña Perpetua García, hija de Victoria Mejía, inscribe la primera patente de King Kong San Roque. Hoy con diversas presentaciones.



1920

Ayudando a ancianos, damas lambayecanas elaboran dulces tradicionales en casa de doña Victoria Mejía, en la entonces calle San Roque.



1970

Doña Perpetua decide construir una planta para la fabricación del King Kong, en el kilómetro 780 de la Panamericana Norte.

1933

Estrenada la película del Gorila "King Kong", la picardía popular bautiza al alfajor "King Kong de la calle San Roque".

1980

Renuevan la patente, solo como San Roque, dejando la palabra King Kong para que pueda ser usada por otras personas.



1985

La empresa sigue creciendo, ahora bajo el mando de Jorge Piscoya Mayquen, ahijado de doña Perpetua.

1994

San Roque incursiona en la exportación directa a Estados Unidos.

1996

La empresa incrementa la capacidad productiva e infraestructura de su planta. Implementa su línea de envasado al vacío.



2009

Inauguran Fundación San Roque, donde 40 niños de bajos recursos gozan de alimentación y talleres educativos.

2010

San Roque cambia de imagen y proceso productivo: de peroles a pailas. Volvería a renovar su imagen en el 2019.



1999

San Roque inaugura sus primeras tiendas directas en las principales ciudades del norte peruano.



2005

La compañía incursiona en la exportación a la Comunidad Europea.

2008

International Taste & Quality Institute considera “sabores superiores” a Variedades chirimoya y lúcuma. También en el 2011, 2014 y 2018.



2016

International Taste & Quality Institute considera “sabor superior” a King Kong de sauco y zarzamora.

2022

San Roque lanza su línea de productos 0% azúcar.





Dos palabras definen a la empresa San Roque: familia y tradición.

Devota de San Antonio de Padua

Para tener una idea de la importancia que aún tiene su figura dentro de la comunidad lambayecana, basta con mencionar que, en la actualidad, el parque infantil de la Ciudad Evocadora lleva el nombre de Victoria Mejía de García. Recordada como una de las principales filántropas de la época en Lambayeque, doña Victoria, junto con otras reconocidas damas de la localidad, conformaron por aquel entonces un grupo denominado “Los Pobres de San Antonio”, a raíz de su devoción a San Antonio de Padua.

Dado que la fiesta de San Antonio se celebra todos los 13 de junio, el grupo de damas decidió que, durante aquel día, reunirían a trece ancianos de la ciudad que viviesen en condiciones de extrema pobreza, con el fin de brindarles apoyo tanto en cuestiones de salud como de alimentación. Acordaron, además, que harían lo mismo cada 25 de diciembre.

A partir de dicha decisión y durante las fechas mencionadas, las damas lambayecanas llevaban a los ancianos hasta la vivienda de doña Victoria, ubicada en la entonces calle San Roque. En el lugar, los sentaban en la mesa principal, les ofrecían desayuno, les entregaban víveres y, durante todo el año, se mantenían pendientes de su salud.

Una loable iniciativa que, sin embargo, requería de fondos para poder sostenerse. Y ante esto, las señoras lideradas por Victoria Mejía no fueron menos creativas: en la misma casa de la hoy denominada calle Dos de Mayo, empezaron a reunirse para preparar dulces tradicionales de distintos tipos, los cuales luego ponían a la venta, también en casa de doña Victoria. Cabe mencionar que, en aquellas épocas, era común que las señoras lambayecanas sean diestras en temas de cocina y repostería, a raíz de la formación tradicional que recibían desde muy jóvenes.

Con el tiempo, uno de los dulces tradicionales que ofrecían las señoras empezó a destacar. Se trataba de un alfajor que preparaban en planchas enormes, las cuales se cortaban, envolvían y vendían en porciones de medio, uno o dos kilos. La galleta, también llamada hojarasca, se preparaba en horno de barro y con esta se cubría el relleno de dulce, que podía incluir manjar blanco, piña y maní.

Según menciona Jorge Piscocoya, este alfajor de gran tamaño llegó a sobresalir, además, “porque era costumbre reunirse en familia, en las tardes, tomar lonche, compartir, ¿y qué compartían? El alfajor de la calle San Roque, o finalmente, como decían, el alfajor de la San Roque”. De esta manera, comenzaba a instaurarse una tradición que, como se puede comprobar, desde sus inicios tuvo una relación estrecha con el deseo de ayudar a otros y con la familia.

Aunque también, por supuesto, con la devoción a San Antonio de Padua. Mucho después, cuando ya el alfajor era un producto que se enviaba a otros departamentos del país, en cada una de las cajas se solía colocar las siglas R.A.S.A., cuyo significado era “Recomendado a San Antonio”. Hoy en día, en la planta de San Roque, existe un lugar especial, de descanso, dentro del cual también permanece una imagen del milagroso santo.



El origen del dulce King Kong

En 1933, se estrenó en los cines la hoy clásica película King Kong. La cinta no tardó en convertirse en la sensación del momento, teniendo como principal atractivo al gorila gigante que le daba nombre y al que se solía tildar de “La Octava Maravilla del Mundo”.

Es entonces que la gente comenzó a comparar el pecho del inmenso primate de la ficción con el alfajor que las señoras vendían en la calle San Roque. Esto debido a la forma ondulada que tenía la galleta, al ser preparada en hornos de barro, pero también, y sobre todo, por las porciones de gran tamaño en que era vendido el dulce tradicional. Es así que este recibe un nuevo nombre, fruto del cariño e ingenio popular: “el King Kong de la calle San Roque” o “el King Kong de la San Roque”.

Así nacería el “King Kong de la calle San Roque” y, junto con él, un requisito casi obligatorio para cualquier persona que visite tierras lambayecanas: comprar y saborear el típico dulce relleno de manjar blanco.

Con el paso de los años, “el King Kong de la San Roque” se hacía cada vez más conocido y la familia mantenía siempre el apoyo social que fue el origen de toda su historia, y fue la hija de doña Victoria Mejía, Perpetua García Mejía, quien empieza a darle un giro un tanto más empresarial a la iniciativa de la venta de dulces tradicionales. En 1943, es ella quien inscribe la primera patente de la marca King Kong San Roque, al mismo tiempo que empieza a desarrollar distintos tamaños y variedades del alfajor, incluso llegando a mezclar distintos sabores a gusto del cliente.

Lo anterior afianzó aún más la presencia del King Kong como un producto característico de Lambayeque, un camino que, desde entonces, no ha parado de crecer y que se ha mantenido sin importar el tiempo que pase. Como ejemplo, Jorge Piscoya recuerda algo que ocurrió años atrás, cuando estaba estudiando una maestría en Lima. En ese entonces, uno de sus profesores, quien era ya un adulto mayor, le contó una vez acerca de sus vivencias relacionadas con el King Kong y el trabajo de su padre.

“Me contaba que él acompañaba a su padre, quien vendía zapatos y salía de Lima para recorrer todo el norte del Perú. De ida y de regreso, la parada obligatoria era ir a la calle San Roque de la ciudad de Lambayeque, a comprar los alfajores”, narra Jorge Piscoya. Por aquellos años, cuando su profesor todavía era un chico que viajaba por el norte peruano con su padre, la popularidad del King Kong se iba convirtiendo en algo cada vez más considerable. Algo que, de hecho, empezó a requerir de un espacio mucho más grande que la antigua casa de doña Victoria Mejía.

Para recordar

1. Armado de King Kong, proceso llenado de tapas.
2. Proceso de descarga de dulce de las pailas.
3. Elaboración de manjar en peroles.
4. Parte del personal administrativo de San Roque.





La planta de San Roque

Antes de los años 70, el tradicional King Kong seguía elaborándose en la parte trasera de la casa de la familia, un espacio que resultaba cada vez más pequeño para la creciente demanda del producto. Es entonces cuando la abuela de Jorge Piscoya, doña Perpetua, o como él siempre la llamó de cariño: “mamá Pepa”, decide construir una planta para fabricar el producto, con un espacio mucho más grande y además moderno, para los estándares de la época.

De esta manera, en 1970 se construye la planta en el mismo lugar que, hasta la fecha, es el centro de operaciones de San Roque, en el kilómetro 780 de la carretera Panamericana Norte. Desde dicho año, además, es que el negocio se constituye, tal cual, como empresa: San Roque SA, siendo sus primeros accionistas la señora Perpetua, su hermano Polidoro y don Jorge Piscoya Mayquen.

“

Mamá Pepa siempre tuvo la idea de darle trabajo a las mujeres de Lambayeque. Ella decía que las mujeres no solo deben dedicarse a su casa, a cocinar, a lavar o a criar hijos.

Jorge Piscoya

“Deciden hacer la fábrica en este terreno, en las afueras de la ciudad de Lambayeque, en esa época. Era un terreno de la familia del esposo de mi abuela, Próspero Barreto. Entonces, instalan la planta y, en ese tiempo, hay cambios importantes; por ejemplo, pasar del petróleo al gas como fuente de energía”, detalla Jorge Piscoya sobre las incidencias que se dieron luego de este importante paso que diera el negocio familiar.

Asimismo, el actual gerente general de San Roque menciona un aspecto que incluso hoy se mantiene como uno de los rasgos distintivos de la compañía: el preponderante rol de las mujeres en todo el trabajo que se realiza en la planta. Un rasgo cuyo origen, además, se encuentra ligado con la preocupación constante que tenía doña Perpetua por promover el trabajo y la independencia de la mujer.

“Mamá Pepa siempre tuvo la idea de darle trabajo a las mujeres de Lambayeque. Ella decía que las mujeres no solo deben dedicarse a su casa, a cocinar, a lavar o a criar hijos”, comenta Jorge Piscoya. Entre sus recuerdos, de hecho, atesora el haber crecido jugando entre las pailas y peroles de la planta, siempre rodeado por señoras. Señala que muchas de ellas lo saludan hasta hoy, cada vez que se las encuentra en Lambayeque.

“Cuando vine a trabajar, después de estudiar ingeniería industrial, todos aquí me decían Koki, porque me habían visto desde chiquito. Yo crecí acá, venía con mis amigos a jugar. Mamá Pepa era la gerente; el contador, el chofer y el guardián eran hombres, pero después, hasta las que hacían el manjar blanco en el perol, todas eran mujeres”, relata el gerente Piscoya.



Esta decisión, según agrega, ha repercutido hasta la actualidad en la empresa, pues muchas de las mujeres que hoy trabajan en San Roque son hijas de esas señoras que alguna vez laboraron al mando de doña Perpetua. “Tienen casi mi edad, las conozco y me da mucho gusto escuchar que tienen hijos o hijas que ya terminan la universidad. Es lo que naturalmente debe suceder, que las generaciones vayan progresando. Siempre que queremos, por ejemplo, un incremento del número de personal, les avisamos primero a las personas de aquí, porque ya conocen la cultura de trabajo”, refiere el empresario.

Sucesores de doña Perpetua

Haber crecido y jugado dentro de la fábrica de la familia, marcaría sin duda la vida de Jorge Piscoya. Como él mismo señala, desde muy pequeño tenía claro que su futuro estaría relacionado con la empresa. Incluso, tras terminar el colegio, cuando su padre le sugirió que estudiase ingeniería industrial, él ya tenía decidido que su camino estaría ligado siempre al trabajo que había aprendido a amar cuando apenas era un niño.

Su padre, Jorge Piscoya Mayquen, también era muy pequeño cuando fue acogido por doña Perpetua. Al ser su ahijado, la entonces gerente de San Roque, lo recibió en su hogar luego de que su madre biológica, quien también trabajó en la planta, falleciese. “Lo crió como su hijo, creció viendo todo aquí y estudió agronomía porque ese era el negocio principal de la familia”, señala el actual líder de la compañía.

En efecto, por aquellos tiempos, la agricultura era la principal actividad económica de la gente de Lambayeque. Don Próspero, el esposo de doña Perpetua, también se dedicaba a dicha actividad y el negocio del King Kong era, más bien, visto como una fuente alterna de ingresos. Jorge Piscoya Mayquen, sin embargo, crecería apoyando a su madre adoptiva desde que era muy niño, cuando prefería quedarse en la planta y ayudar en algunas tareas. Una labor a la que a veces, incluso, se sumaban sus amigos.

Así, para la década de los 80, don Jorge era el principal apoyo de la señora Perpetua y, más adelante, tendría que tomar las riendas de la empresa luego de que ella sufriese un accidente en el que se quebró la cadera y quedó postrada en cama.

“Pero a pesar de que ella estaba postrada, todos los viernes pedía que le manden una barrita de manjar blanco y un King Kong para probar, a ver cómo estaba la calidad. Y te decía: el punto está muy alto, o le faltó un poco; estaba atenta a todo, quería que vaya, de vez en cuando, una trabajadora para que le cuente cómo iban las cosas. Siempre estuvo al tanto”, cuenta Jorge Piscoya sobre el amor incansable de doña Perpetua hacia su negocio.

Si bien su padre se encargó de sacar adelante la empresa, a la cual luego el mismo Jorge Piscoya se sumaría, tras terminar sus estudios en la Universidad de Piura, la señora Perpetua seguiría tomando decisiones importantes para el futuro, ya no solo de San Roque, sino de la industria del King Kong en general.



“Para todos amanece Dios”

Este impacto que tuvo San Roque para toda una industria lambayecana, guarda relación con uno de los momentos que marcaron a Jorge Piscoya. Según indica, fue en 1980 cuando doña Perpetua tuvo que tomar decisiones importantes frente a una situación advertida por los abogados de la empresa.

“Llegan los abogados, quienes eran de un estudio conocido en Lima y veían el manejo de las patentes, y le dicen: hemos visto que, en las salidas de la ciudad de Lambayeque, están vendiendo su producto, ustedes son dueños de la patente King Kong San Roque y nadie más puede hacer esto”, relata Jorge Piscoya. En efecto, por aquel entonces ya abundaban productos que no eran fabricados por la empresa de doña Perpetua y que, sin embargo, utilizaban el término King Kong y hasta, en ocasiones, nombres similares a San Roque.

“

Yo creo que para todos hay mercado. Nosotros no hemos dejado de crecer porque hayan aparecido otras marcas, más bien, es algo que te hace estar siempre atento, desafiándote para subir un poco más.

Jorge Piscoya

Los abogados, tras hacer esta advertencia, le dijeron a la señora Perpetua que ella solo tenía que dar la orden y ellos iniciarían acciones legales contra dichas personas. “Entonces, las palabras de mi abuela fueron: no, señores, para todos amanece Dios. Si ellos han aprendido a hacer esto, que lo sigan haciendo, porque lo harán por alguna necesidad”, afirma el hoy gerente general de la empresa San Roque.

Las palabras de doña Perpetua fueron acompañadas de una orden para el padre de Jorge Piscoya: “de ahora en adelante, solo registra San Roque. King Kong ya no lo registres”. De esta forma, el término King Kong, usado para denominar al alfajor tradicional, se convirtió en un nombre genérico que podía ser utilizado por cualquier otra persona.

“Si nos preguntasen, ahora, si haríamos lo mismo, no lo sé, creo que sería un poco difícil”, admite, sonriendo, Jorge Piscoya, para luego agregar: “pero con la liberación de esto es que se crea la industria del King Kong. Ahora hay infinidad de marcas que empezaron a aparecer y siguen apareciendo, algunas que aparecen y desaparecen después de un tiempo, otras que sí han quedado. Yo creo que para todos hay mercado, definitivamente, nosotros no hemos dejado de crecer porque hayan aparecido otras marcas y, más bien, es algo que te hace estar siempre atento, desafiándote para subir un poco más”.

Sucesos especiales

1. Tienda antigua en Av. Bolognesi, Chiclayo.
2. Nuevo formato de tiendas, año 2021
3. Fábrica San Roque, fachada actual.
4. Familia Piscoya Diaz: Sebastián Piscoya Díaz, Grecia Diaz de Piscoya, Jorge Piscoya y Santiago Piscoya Díaz.
5. Jorge Piscoya Madueño, junto a productos San Roque, 2008.





El King Kong se transformaría, así, en algo indesligable de la Ciudad Evocadora, un detalle que tanto doña Perpetua como don Jorge Piscoya Mayquen tendrían siempre presente. El hijo de este último recuerda que, tiempo más tarde, cuando cambiaban el logo o hacían alguna otra variación en la imagen del producto, la preocupación de ambos era la misma: el nombre de Lambayeque nunca debía faltar.

De pie frente a las crisis

El líder actual de San Roque menciona que, cuando su abuela tomó la decisión de no registrar el término King Kong, él tenía alrededor de diez años de edad. Fue, sin duda, una ocasión que lo marcó y le dejó más que clara la filosofía de vida que ella siempre tuvo presente. “Con este tipo de cosas, uno le toma aún más cariño al negocio de la familia. Por eso, cuando me dijeron que existe la carrera de ingeniería industrial, yo dije: de hecho, quiero ser ingeniero industrial, porque yo quiero hacerme cargo de San Roque”, asegura el nieto de doña Perpetua.

“

Otro dicho que siempre le escuchaba a mamá Pepa era: no hay nada mejor que dormir con la conciencia tranquila.

Jorge Piscoya

Con la misma entereza, don Jorge Piscoya Mayquen tomó las riendas de San Roque a partir de 1985, impulsando aún más el crecimiento de la empresa. Tampoco faltarían los momentos difíciles, como refiere su hijo, Jorge Piscoya. De hecho, cuando este último terminaba el colegio, a finales de los 80, el país atravesaba un momento de profunda crisis.

“Nos llegaban los reportes de la Sociedad Nacional de Industrias, donde veíamos que se cerraban empresas todas las semanas. Fue terrible, no había pan, no había harina para hacer la galleta del King Kong, se buscaba o se conversaba con otras empresas”, rememora Jorge Piscoya. En medio de esta crisis, él rescata la capacidad que tuvo su padre para sacar adelante y mantener a flote la compañía familiar. “De todas esas habilidades que tenía, rescato el trato que tenía con las personas. Era alguien muy alegre, muy campechano y muy sensible, sus trabajadores lo querían mucho y todos eran, pues, camiseta con San Roque”, afirma.

Otro aspecto que enorgullece a Jorge Piscoya tiene que ver con una sólida brújula moral que, señala, heredaron de su abuela y que, sin temor a equivocarse, era también con la que se guiaba la madre de esta, doña Victoria Mejía. “El ejemplo de trabajo y de hacer las cosas correctas. Otro dicho que siempre le escuchaba a mamá Pepa era: no hay nada mejor que dormir con la conciencia tranquila”, asevera.

Tales enseñanzas se ven plasmadas, también, en el desarrollo empresarial de San Roque. “Cuando cambiamos de sistemas administrativos, o contables, la cantidad de documentación y de información que se maneja puede parecer un trabajo engorroso,

“

Empezamos a ver las cosas desde una visión de industria, de manejar los procesos, los flujos, y empezamos por un cambio en la infraestructura de la empresa.

Jorge Piscoya

pero definitivamente te da la tranquilidad de que las cosas están monitoreadas, están claras y están dispuestas para la persona que venga”, explica Jorge Piscoya.

Más allá de las fronteras

Tras terminar la universidad y tal como se había propuesto desde que era un niño, Jorge Piscoya se sumó al trabajo que realizaba su padre al mando de San Roque. Eran los años 90 y el crecimiento natural de la empresa los llevaba a pensar en formas de modernizar la planta pero, también, de que su producto llegase a más lugares, fuera del norte del Perú.

“Empezamos a ver las cosas desde una visión de industria, de manejar los procesos, los flujos, y empezamos por un cambio en la infraestructura de la empresa”, señala el líder de San Roque. Por aquel entonces, buscaron las formas de ir modernizando la planta y otorgarle un giro más profesional o técnico a procesos que todavía se realizaban de forma artesanal.

Según recalca Jorge Piscoya, una parte crucial de esta búsqueda consistió en lograr que el producto pueda durar más, para lo cual implementaron el envasado al vacío. Sin duda, este fue un salto importante, ya que les abrió las puertas a la posibilidad de que el King Kong pudiera llegar a un público más allá de las fronteras nacionales. Una primera experiencia de esto último ocurriría en 1994, cuando San Roque incursiona en la exportación directa a Estados Unidos.

A la par de estas primeras experiencias con la exportación, la empresa seguiría modernizándose. En 1996, se produce la ampliación de la infraestructura de la planta de San Roque, además de implementarse ya una línea para el envasado al vacío.

Sobre la manera en que el producto fue recibido fuera del Perú, Jorge Piscoya comenta que su público principal estuvo en las colonias de peruanos en Estados Unidos, aunque, poco a poco, empezaría también a llamar la atención de colonias de latinos provenientes de otros países, como México, Ecuador, Colombia, República Dominicana, entre otros.

El nombre de King Kong San Roque se iba volviendo conocido fuera del país, pero eso tampoco significó que la empresa descuide el mercado nacional. En 1999, San Roque inauguró sus primeras tiendas propias en las principales ciudades del norte peruano. Hasta entonces, su única tienda seguía siendo aquella con la que inició el negocio, en la calle Dos de Mayo de Lambayeque. Su siguiente objetivo sería ir abriendo tiendas en la ciudad de Chiclayo, además de un local en la misma fábrica.

Con el paso de los años, la presencia de San Roque fue creciendo al punto que, a la fecha, cuenta con 23 tiendas propias a nivel nacional: una en Piura, tres en Trujillo, ocho en Chiclayo, tres en Lambayeque y ocho en Lima. Esto sin mencionar su red de distribuidores, que les permite llegar a otras regiones, como es el caso de Arequipa.

En el año 2005, la compañía también incursionó en la exportación directa a la Comunidad Europea. En una fotografía de aquel año, Jorge Piscoya y su padre posan sonrientes junto a las primeras cajas de King Kong que serían enviadas a Europa, para ser más exactos, a la ciudad de Milán, en Italia.



Fundación San Roque

Pero si bien la empresa iba creciendo cada vez más y conquistando nuevos mercados, esto tampoco significó dejar de lado uno de sus objetivos fundacionales: brindar ayuda a personas en condiciones de extrema pobreza. En el 2009, nace la Fundación San Roque, con la finalidad de acoger a 40 niños de bajos recursos, quienes reciben apoyo en cuanto a alimentación y talleres educativos.

De hecho, el local de Fundación San Roque se encuentra ubicado en la misma casa de la calle Dos de Mayo donde comenzó la historia de la compañía. Esto, como se recuerda, con un grupo de damas lambayecanas que se reunían para hacer dulces y poder así apoyar a trece ancianos, como parte, también, de su devoción a San Antonio de Padua. Hoy, esta iniciativa perdura con la fundación, que además de ofrecer apoyo a los niños, hace lo propio con un grupo de, actualmente, veintidós personas de la tercera edad.

En el 2009, nace la Fundación San Roque, con la finalidad de acoger a 40 niños de bajos recursos, quienes reciben apoyo en cuanto a alimentación y talleres educativos.

Es la señora Grecia Díaz, esposa de Jorge Piscoya, quien además de ser subgerente de la compañía, tiene a su cargo la Fundación San Roque. En el caso de los niños de bajos recursos, cuyas edades están entre los 6 y 12 años, el gerente general de la empresa detalla que, en la casa de la calle Dos de Mayo, se les brinda “desayuno, almuerzo, hay algunos que tienen clases en la mañana o por la tarde, así que, en el momento que tienen libre, van a hacer sus tareas, hay apoyo en matemática, también se les brinda atención en salud dental, psicológica y talleres para los padres de familia”. Precisa, en efecto, que todas estas actividades se realizan con el acompañamiento del padre o madre de cada niño.

Como pasó con muchas otras iniciativas a nivel mundial, la pandemia de COVID-19 obligó a que la Fundación San Roque tuviese que detener temporalmente sus actividades, aunque sin dejar de ofrecer ayuda con víveres o medicinas a las familias necesitadas. Según afirma Jorge Piscoya, recientemente, en marzo de 2022 han decidido retomar el apoyo de forma presencial, por el momento, con un grupo de 20 niños.

Lo cierto es que, para San Roque, es de suma importancia mantener esta ayuda permanente hacia las personas con menos recursos, una labor que es parte de la esencia misma de la compañía desde sus orígenes.

Personas especiales

1. Niños contentos en fundación San Roque.
2. Perpetua García Mejía.
3. Victoria Mejía de García.
4. Jorge Piscoya Mayquen.
5. Primera exportación a la Unión Europea. Padre e hijo: Jorge Piscoya Madueño y Jorge Piscoya Mayquen, 2005.





Buscando la mejor tecnología

Junto con los diferentes cambios experimentados a lo largo de los años, San Roque ha ido mejorando la calidad de su producto. Luego de que, en el año 2007, la empresa obtuviera la certificación HACCP, que garantiza la inocuidad de los alimentos, empezaría a desarrollar nuevos productos y sabores, como las variedades de King Kong de chirimoya y lúcuma, o el King Kong mini, actualmente conocido como Antojo.

Pero, definitivamente, el cambio más importante se daría en el 2010, cuando además de renovar su imagen de marca, San Roque dio un paso importante hacia la optimización de su proceso productivo: pasar, del uso de los tradicionales peroles, a las pailas, con la finalidad de obtener una mayor cantidad de manjar blanco en menor tiempo.

El gerente Jorge Piscoya lo explica de esta forma: “Teníamos unas baterías de 24 peroles, con personas que estaban moviendo 27 litros de leche para sacar siete kilos de manjar. Yo estaba buscando cómo mejorar esto; el tema de estandarización era

Actualmente, la tecnología con la que cuenta San Roque les permite producir un aproximado de dos toneladas de productos al día.

complicado pues cada persona mueve la mano a un determinado ritmo, entonces dije: bueno, iré al sitio más cercano donde sean especialistas en esto”.

El lugar en cuestión fue Argentina, país con una larga tradición fabricando su típico dulce de leche, dentro de lo cual también contaban con tecnología que el señor Jorge Piscoya podría conocer y adaptar al caso de San Roque. Gracias a una pasantía lograda con la Sociedad Nacional de Industrias, el empresario y su equipo viajaron a tierras argentinas para permanecer durante un mes en el centro de investigación del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).

“Estuvimos un mes tratando: comprábamos leche, probábamos, no nos salía, hasta que, de casualidad, veo una paila en la que hacían pruebas de leche condensada, al vacío, cerradas. Entonces, empezamos a probar y empezó a salir”, relata Jorge Piscoya sobre aquel momento en el que lograron dar con el proceso que necesitaban para San Roque.

Por supuesto, el equipo tuvo que coordinar con la fábrica que hacía las mencionadas pailas, de manera que hiciera algunos cambios y se adaptara al producto de la firma lambayecana. Para Jorge Piscoya, contar, desde entonces, con estas cuatro pailas especiales, fue “un cambio tecnológico, de estandarización, de optimización, y un salto de calidad tremendo”. A partir de ello, en la planta, eran capaces de producir hasta 180 kilos de manjar blanco utilizando solo una paila de 400 litros. Actualmente, la tecnología con la que cuenta San Roque les permite producir un aproximado de dos toneladas de productos al día.

Jorge Piscoya siempre está pendiente de las novedades dentro del rubro e incentivando a que se generen nuevas ideas dentro de la compañía.

Una empresa en crecimiento constante

En determinado momento, cuenta Jorge Piscoya, él y su padre tomaron la decisión de dedicarse por entero a la empresa San Roque, dejando incluso de lado la actividad principal de la familia, que desde mucho antes había sido la agricultura. “Era la actividad principal de toda la gente alrededor, así que estábamos acostumbrados a sembrar arroz, algodón, etc. Pero decidimos arriesgarnos y meternos de lleno aquí, y bueno, creo que nos ha ido bien”, asegura.

Otra decisión clave que ambos tomaron fue la que los llevó, a partir de 1996, a contar con su propio establo para producir la leche que es utilizada como insumo en la planta. Así nacería la empresa Ganado Estabulado y Sembríos Agrícolas – GESA SAC, en la que cuentan con 200 vacas en ordeño y donde el 100% de la producción se destina para la fabricación de los productos de San Roque. Con sus altos y bajos, debido a la situación misma del sector ganadero, la empresa tiene otra apuesta por ofrecer un producto de calidad, al punto de sembrar su propio pasto para alimentar al ganado.

El tiempo, de hecho, terminó por darle la razón a ambos emprendedores. Por un lado, con la diversificación constante de su oferta, que fue incluyendo nuevos sabores de King Kong, como maracuyá, sauco o zarzamora. A estos, luego, se sumarían productos totalmente nuevos, como su alfajor bañado en chocolate (Redondito), chifles (Nortehísimos) y su reciente línea de desayunos (pan blanco, pan multise millas). Todo esto también tendría que ver con la curiosidad que siempre ha movido al gerente Jorge Piscoya, quien siempre está pendiente de las novedades dentro del rubro e incentivando a que se generen nuevas ideas dentro de la compañía.

Al mismo tiempo, la calidad que caracteriza a San Roque le ha valido distintos reconocimientos, entre ellos, uno de los más importantes dentro del rubro, por parte del International Taste & Quality Institute – iTQi, de Bruselas, Bélgica. Dicha entidad ha reconocido como productos con “sabores superiores” a distintas variedades del King Kong San Roque, como es el caso de los sabores chirimoya, lúcuma, sauco y zarzamora. Asimismo, la empresa obtuvo un merecido segundo lugar en el Sexto Concurso de Innovación Expoalimentaria 2015, dentro de la categoría Productos Gourmet y Comidas Preparadas.

En temas de exportación, Jorge Piscoya menciona que actualmente tienen presencia en países como Estados Unidos, Italia, Australia, Canadá, Francia y países de Centro América, entre muchos otros. Refiere, además, que otro objetivo de la empresa es lograr la internacionalización: ya no solo enviar productos al extranjero, sino entrar de lleno a un nuevo mercado, fuera del país. Menciona que la ubicación más cercana para ello sería Ecuador, un país donde han comprobado que el producto tiene acogida y donde existe la posibilidad, todavía como meta a mediano plazo, de que San Roque pueda abrir nuevas tiendas y, además, la que podría ser su segunda planta en toda su historia.

Por lo pronto, en San Roque continúan creciendo y ofreciendo cada día productos de calidad. Durante la pandemia, también tuvieron que aplicar medidas para adaptarse a estas difíciles circunstancias y evitar que sus más de 300 trabajadores se vean perjudicados. Contratiempos que, sin embargo, no han detenido a una compañía que,



tras un nuevo cambio de imagen en el 2019, integró una pasarela de pagos Niubiz en su página web durante el 2020 y que además lanzó su nueva línea 0% azúcar (mermeladas y manjares), en el 2022.

San Roque: tradición y familia

En el 2009, falleció don Jorge Piscoya Mayquen. Previamente, el ingeniero agrónomo, que dedicó gran parte de su vida a la planta que alguna vez dirigió junto a doña Perpetua, le había dicho a su hijo: “bueno, creo que ya puedes manejar solo la empresa, así que yo quiero un negocio distinto, algo en lo que me distraiga, que maneje yo solo”.

Dicho negocio sería la estación de servicio San Roque, ubicada al costado de la planta, en Lambayeque. Una nueva empresa que, con el tiempo, llegó a prosperar e, incluso, a contar con una segunda sede, camino a Pimentel. Desafortunadamente, don Jorge Piscoya Mayquen partiría sin poder ver terminada la primera estación.

“

Creo que no hay una fórmula secreta para el éxito. Simplemente se trata de hacer las cosas bien, con insumos de calidad. En las personas, el insumo es uno mismo: el mantener la ética en todo lo que uno hace.

Jorge Piscoya

Hoy, su hijo, Jorge Piscoya, es quien mantiene vivo el legado de todas esas personas luchadoras y ejemplares que lo antecedieron. Su esposa, Grecia, lo acompaña en el puesto de subgerente y al mando de la Fundación San Roque, mientras que sus hijos, Sebastián y Santiago, tampoco han sido ajenos a la vena empresarial de su familia: el primero estudió Economía y Matemática Financiera, a la vez que el segundo eligió Negocios Internacionales y Economía como carrera. Ambos jóvenes también fueron, cada cual en su momento, ese niño que jugaba entre los peroles de la planta, y si bien su padre dice que le gustaría que alguno siguiese sus pasos al mando de la empresa, sabe muy bien que esa es una decisión que solo les compete a ellos.

Para Jorge Piscoya Madueño, dos palabras definen a San Roque: familia y tradición. Finalmente, consultado sobre si considera que exista una receta para el éxito, el empresario lambayecano responde desde la experiencia y el corazón. “Creo que, como al hacer el manjar blanco, no hay un secreto, no hay una fórmula secreta. Simplemente se trata de hacer las cosas bien, con insumos de calidad. En las personas, el insumo es uno mismo: el mantener la ética en todo lo que uno hace”, concluye.





Grupo Barba Negra

Familia Scander Chikhani

Una familia cuyo capital principal es la ética

133

Con apenas 17 años, tras fallecer su padre, Juan Scander Juayeq tuvo que asumir la responsabilidad de sostener económicamente a su familia. Mucho tiempo ha pasado desde entonces, cuando recorría las cooperativas agrarias vendiendo cortes de tela, hasta hoy, convertido en el patriarca fundador de Tejidos y Confecciones Barba Negra, una empresa pionera de la industria textil chichilayana.

Sin duda, una larga y fascinante historia en la que no han faltado los triunfos, pero tampoco los momentos difíciles. Esto lo tiene claro el señor Juan Scander Juayeq, a sus casi 90 años, al igual que su hijo, Juan Manuel Scander Chikhani, quien en la actualidad lleva las riendas del Grupo Barba Negra. Ambos, además, coinciden en que si han podido superar todas estas dificultades y llegar al lugar en el que están ahora, ha sido por una firme convicción que les permite ver más allá de los bienes materiales. Una visión en la que, muy por encima del dinero, se encuentra el verdadero capital mayor de Barba Negra: la ética.

“Parte de nuestro éxito tiene relación con la confianza que ha tenido la gente con nosotros. Nunca hemos quedado mal con un cliente, no hemos estafado, nunca hemos dejado de pagar a un trabajador; entonces, eso es el éxito, porque los trabajadores y los clientes desean trabajar con nosotros, pues saben que hay una responsabilidad de cumplimiento, de calidad”, recalca Juan Manuel Scander Chikhani, antes de comenzar a detallar la historia de Grupo Barba Negra.

Una historia que comenzó con una familia libanesa intentando labrarse un futuro lejos de la guerra y en un continente nuevo, lleno de retos, pero también, de oportunidades.



Familia Scander Chikhani



1937

La familia llega al Perú y se instala en Chiclayo, tras recibir la invitación de paisanos libaneses.



134

1925

Simón Scander Touma deja Líbano y viaja a Cuba. Su esposa, May Hwallek, le daría luego el encuentro en dicho país.



1950

Fallece don Simón Scander y su hijo, Juan, trabaja como vendedor ambulante de telas para sostener a la familia.

1933

En Cuba, nace Juan Scander Juayeq.

1952

Primer emprendimiento comercial de Juan Scander Juayeq: una tienda de telas rodante.

1953

La familia compra una pequeña tienda en la calle Alfredo Lapoint, en Chiclayo.

1955

Abren una tienda de mayor envergadura: Martillazo San Elías, con gran éxito gracias a su estrategia comercial y publicitaria.

1960

La familia abre una sucursal de Martillazo San Elías en los alrededores del Mercado Modelo de Chiclayo.

Juan Scander Juayeq, en un viaje a Líbano, conoce a Ivette Chikhani Bedrán, con quien contrae matrimonio.



1990

Incursionan en el negocio inmobiliario, adquiriendo propiedades en la ciudad de Chiclayo, tanto para el sector comercial como de vivienda.

1999

Juan Scander Chikhani asume la gerencia general de todas las empresas del grupo y se realizan cambios estructurales en ellas.



1963

Nace el tercer hijo de la familia Scander Chikhani, Juan Manuel Scander Chikhani.



1965

Inicia su labor la Fábrica de Tejidos y Confecciones Barba Negra, pionera de la industria textil chiclayana.



1966

La familia abre Lavanderías Extra Dry Cleaners.

2022

Barba Negra es reconocida por el Ministro de la Producción de turno como la mejor empresa dentro de su rubro.

Recuerdos memorables

1. Simón Scander Touma.
2. Ivette Chikhani vendiendo prendas confeccionadas por la Fábrica Barba Negra.
3. Juan Scander Juayeq.





Las raíces de la familia Scander

Toda gran historia tiene un comienzo y, en este caso, los inicios de la familia Scander, muchos años antes de su llegada a Chiclayo, tienen que ver con una persona fundamental: don Simón Scander Touma, nacido en 1900, en Líbano. De su matrimonio con May Juayeq, con quien contrajo nupcias en 1922, nacerían Nadime y Simón, sus hijos mayores.

Sin embargo, el conflicto bélico que se vivía en su país, hizo que don Simón buscara nuevos espacios en los cuales su familia pudiera desarrollarse. En 1925, con ese deseo en mente, viajó a Cuba junto a otros emigrantes libaneses. Lamentablemente, en ese momento, le fue imposible llevar consigo a su esposa May y a sus dos hijos. No obstante, se mantuvo firme en su objetivo, que era obtener la visa americana y poder ingresar así a Estados Unidos.

Cuatro años después de su llegada a Cuba, la señora May le daría el encuentro, dejando a sus hijos en Líbano, al cuidado de sus abuelos. Ahora juntos, continuarían con sus esfuerzos para obtener la visa americana. Su permanencia en tierras cubanas se

Parte de nuestro éxito tiene relación con la confianza que ha tenido la gente con nosotros. Nunca hemos quedado mal con un cliente, no hemos estafado, nunca hemos dejado de pagar a un trabajador.

137

Juan Manuel Scander

prolongaría así otros diez años, periodo en el cual, nacerían Juan y Miguel Scander Juayeq. En el caso de Juan Scander Juayeq nació en 1933. Su hermano Miguel, desgraciadamente, fallecería años después.

El tiempo pasaba y la familia no había logrado aún su ansiado ingreso a los Estados Unidos. Es en ese momento que, por invitación de otros ciudadanos libaneses que ya estaban residiendo en el Perú, deciden que sería en nuestro país donde buscarían nuevas oportunidades. El 6 de enero de 1937, tras su desembarco en el puerto de Paita, la familia Scander Juayeq llega a Chiclayo y se aloja en una casa comunitaria ubicada en la cuadra seis de la calle Alfonso Ugarte. Es en la Capital de la Amistad donde nacerían las últimas dos hijas del matrimonio: Carmen y Teresa.

La rebeldía y la promesa de un padre

Sin capital ni recursos, don Simón Scander tuvo que esforzarse al máximo para sacar adelante a su familia. Lo que hizo, por entonces, fue trabajar como vendedor ambulante de cortes de telas: su rutina consistía en recorrer las cooperativas agrarias e ir, de puerta en puerta, ofreciendo el material proveniente de las tiendas que le pagaban por sus servicios.

Hoy, el actual líder del Grupo Barba Negra, Juan Manuel Scander Chikhani, menciona que su abuelo tenía una vocación muy particular. “Era una persona defensora de la gente más necesitada; hacía mucha labor social. Esa preocupación lo llevó a tener problemas como extranjero. En algún momento quisieron deportarlo, pues los dueños de una cooperativa lo denunciaron por estar promoviendo algunas mejoras para la gente que trabajaba ahí”, asegura. Insólito, sin duda.

“

Era una persona defensora de la gente más necesitada; hacía mucha labor social.

Juan Manuel Scander Chikhani sobre su abuelo Simón Scander

De temple aventurero, como menciona su nieto, don Simón logró sostener un hogar sin más recursos que su confianza en Dios y en sí mismo, durante los catorce años que vivió en la ciudad de Chiclayo. Su rebeldía, además, se expresaba en ese interés por defender las causas que consideraba justas, una convicción que lo llevaba a involucrarse siempre cuando veía que alguien sufría abusos o se mellaban sus derechos fundamentales.

“Está registrado en Lambayeque como una de las personalidades dentro de las asociaciones de trabajadores”, menciona Juan Manuel Scander Chikhani.

No obstante, esa luz rebelde y valiente de don Simón se apagaría en 1950, cuando, después, de una penosa enfermedad, fallece dejando a su hijo, Juan Scander Juayeq, como el responsable de sostener a la familia. Antes de ello, el abnegado padre le dejaría a su hijo, de apenas 17 años, una promesa que este se esforzaría en cumplir durante los años siguientes: reunir a toda la familia en Chiclayo, trayendo, para ello, a sus dos hermanos mayores que se habían quedado en Líbano.

Los inicios de un joven vendedor

“Mi abuelo muere a los cincuenta años, dejando a mi padre, que estaba en cuarto año de media en el Colegio San José de Chiclayo, a sus dos hermanas pequeñas y a su madre, en total abandono. Entonces, mi padre tuvo que dejar los estudios escolares. Él aspiraba a ser médico”, narra Juan Manuel Scander Chikhani.

Por aquel entonces, unos amigos de su padre le brindaron apoyo al joven huérfano para poder trabajar como vendedor ambulante de telas, recorriendo las cooperativas, como había hecho don Simón. Juan Scander Juayeq, decidido como estaba a cuidar de su mamá y sus hermanas, no se amilanó ante el trabajo a pesar de lo sacrificado que este podría resultar.

“Paquetero, le llamaban antes, porque tomabas tu paquete de telas e ibas a las casas. Luego, tenías que regresar al siguiente sábado a cobrar, porque ni siquiera te pagaban en ese momento”, describe el actual gerente general del Grupo Barba Negra.

Sin embargo, a pesar de las dificultades, el hijo de don Simón logró destacar gracias a sus habilidades como vendedor. Tal era su eficiencia que, de los quince “paqueteros” que llegaban a vender a una zona, él solía ser el primero en volver al camión que los transportaba, con toda su mercadería vendida. Incluso, los responsables del grupo llegaban a pedirle que no dijese nada al respecto, para no despertar la envidia de sus compañeros.

Junto con esta destreza para las ventas, el joven Juan Scander Juayeq aprendió también a ahorrar al máximo, gracias a las enseñanzas de su madre, doña May. Esto le permitió, tiempo después, juntar el dinero suficiente para pagar el viaje de su hermano, Simón, quien había permanecido en Líbano. Es así que, en 1952, Simón Scander llega por vía marítima al Perú y se instala también en Chiclayo, junto con su esposa Mery y sus dos hijos varones, Rumenos y Simón (véase también la historia de la familia Scander Doig, “Rumenos Scander, un deportista que entregó su vida a Chiclayo”, en este volumen). Luego, ya en este país, nacerían sus hijas, Laila y Janeth.



El hijo de don Simón Scander Touma había cumplido, así, parte de la promesa que hiciera su padre: reunir a la familia. “Viven en la casa de mi padre, quien también cumple las funciones de padre para ellos, pues venían con otro idioma, otras costumbres, pero decididos a trabajar y a ganarse la vida”, expresa Juan Scander Chikhani sobre la llegada al Perú de su tío Simón y su familia. En efecto, es a partir de esta reunión entre hermanos que se empezaría a forjar la historia de otra persona destacada dentro de Chiclayo y del medio empresarial: el ingeniero Rumenos Scander, fundador del Grupo Constructor Scander.

De la tienda móvil a Martillazo San Elías

En 1952, Juan Scander Juayeq decide iniciar su propio emprendimiento, junto a su hermano Simón: una tienda móvil de telas. Todo comenzaría con una pequeña camioneta en la que colocaron dos varas y una cuerda para colgar los cortes de tela que irían a vender en distintos mercados, tanto de la ciudad, como de Tumán, Motupe,

Todo comenzaría con una pequeña camioneta en la que colocaron dos varas y una cuerda para colgar los cortes de tela que irían a vender en distintos mercados.

Pacasmayo, Chepén, entre otras zonas cercanas.

Gracias a este primer emprendimiento, los hijos de don Simón Scander Touma lograron reunir un capital que, al año siguiente, les permitió abrir una pequeña tienda de telas en la calle Alfredo Lapoint, la cual quedó a cargo de la señora May, viuda de Scander. Al mismo tiempo, los hermanos continuaron recorriendo los mercados con su tienda móvil.

Pero pronto llegaría también, para la familia, la oportunidad de vender a una escala más grande. Por ese entonces, el señor Juan Scander Juayeq tomó la decisión de ir hasta la Beneficencia de Chiclayo y solicitar el alquiler de un espacio muy amplio ubicado en la calle San José. En dicho lugar es que nacería la recordada tienda Martillazo San Elías, que se hizo más que popular con el eslogan “donde un sol vale por dos”.

Nacida en 1955, Martillazo San Elías apareció en la Capital de la Amistad para cautivar al público con una constante campaña promocional y un particular sistema de ventas. Por ejemplo, cuando una persona compraba en la tienda, recibía un monto equivalente en cupones que la misma tienda emitía como parte de sus promociones. Dicho monto, que el cliente iba acumulando, le permitía participar en los remates que se realizaban cada fin de semana y donde tenía la posibilidad de adquirir productos más grandes como cocinas, camas, refrigeradoras, electrodomésticos diversos, entre otros.

Sucesos para el recuerdo

1. Inicios de la Lavandería Extra Dry Cleaners.
2. Otra vista de la Lavandería Extra Dry Cleaners.
3. Camión de delivery de Lavandería Extra Dry Cleaners.
4. Juan Scander Juayeq junto a su hermano Simón con su primer emprendimiento, tienda de telas rodante.





Precisamente, fue por dicho remate -que funcionaba de una manera similar a una subasta- que la tienda llevó el nombre de Martillazo San Elías. Un nombre que adquirió incluso más fama gracias a que los remates semanales eran transmitidos por los medios de comunicación del momento. En una ocasión, incluso, el señor Juan Scander logró que el famoso animador infantil y conductor de televisión conocido como El Tío Johnny, se presentara en la tienda. “Tuvieron que cerrar las puertas porque ya no entraba un alfiler más”, cuenta el hijo del patriarca de la familia Scander Juayeq.

De esta manera, Martillazo San Elías cosechó éxitos y se convirtió en un importante salto para la familia de raíces libanesas, que había pasado de vender cortes de tela en una tienda móvil, a encargarse de un local enorme en el que era posible encontrar de todo un poco, desde artefactos hasta ropa y perfumería. La ética, que desde siempre fue un pilar para la familia, les permitía además mantener la confianza de diversas marcas y proveedores, un aspecto que volvía incluso más atractiva y diversa la oferta de Martillazo San Elías.

La familia de raíces libanesas pasó de vender cortes de tela en una tienda móvil, a encargarse de un local enorme.

La familia Scander Chikhani

Tal fue el éxito de la tienda Martillazo San Elías que, en 1960, se abrió una sucursal en los alrededores del Mercado Modelo de Chiclayo, a cargo de un familiar que había llegado a Chiclayo apenas un año antes: Yamil Hende, hijo mayor de Nadime, la hermana del señor Juan Scander.

También en 1960, fue que este último realizó un viaje a Líbano junto a su compadre, Jorge Mufarech, con la finalidad de conocer a su hermana y a su respectiva familia. En dicho viaje, además, el fundador de Martillazo San Elías encontró a quien luego se convertiría en la madre de sus hijos: Ivette Chikhani Bedrán. Después de cincuenta días de noviazgo, ambos contrajeron matrimonio.

En los años siguientes, irían naciendo los hijos de la familia Scander Chikhani: May Rosa, Carmen Teresa, Juan Manuel, María Cecilia, Ivette Nayibe, Charbel Martín (quien lamentablemente fallece a los cinco años de edad) y Susana Maggi, la menor de los hermanos.

Durante este periodo, además, el señor Juan Scander Juayeq terminaría de cumplir la promesa de su padre. En 1962, el segundo hijo de Nadime Scander, Juan Hende, llega al Perú y empieza a hacerse cargo de una nueva tienda, ubicada en la avenida Balta de Chiclayo, denominada La Colmena. Esto le permitió tener una fuente de ingresos ya que, solo dos años después, la misma Nadime arribaría a Chiclayo junto con su esposo, Antonio, y sus otros seis hijos, a los que luego se sumaría un nuevo vástago, nacido en la ciudad peruana.

“

Era un fanático de los piratas, un estudioso. Ese era su mundo. Cuando fue a inscribir e hizo la razón social, le puso El Pirata Barba Negra.

Juan Manuel Scander sobre Rolando Valdivia

Finalmente, como había sido la intención del señor Juan Scander, todos los hijos de su padre se encontraban reunidos en una misma ciudad.

El “boom” de Barba Negra

Mientras tanto, Martillazo San Elías continuaba cosechando éxitos y, según explica el tercer hijo de los Scander Chikhani, pronto vieron la posibilidad de seguir creciendo, al tener la posibilidad de atender a un segmento del mercado que requería de ropa de calidad a un precio más económico que el de las prendas llegadas de Lima.

“Se pensó entonces en comprar una máquina, confeccionar productos y fabricar ropa para vender en Martillazo San Elías. Iniciamos ahí mismo, en la tienda, se compraron dos máquinas, teníamos un cortador y dos confeccionistas. Ese negocio fue creciendo, se compró una tercera máquina, una cuarta, una quinta y cuando ya llegamos a una cierta cantidad, que ya no entraban en la tienda, se buscó otro local”, cuenta Juan Manuel Scander Chikhani.

Por entonces, agrega, su padre tenía un gran amigo llamado Rolando Valdivia, quien se encargaba de manejar las máquinas utilizadas para fabricar la ropa. En ese momento, el señor Valdivia recibió el encargo de hacer los trámites correspondientes al nuevo negocio. «Era un fanático de los piratas, un estudioso. Ese era su mundo. Cuando fue a inscribir e hizo la razón social, le puso “El Pirata Barba Negra”», afirma el actual líder del grupo empresarial, quien además menciona que, en ese primer instante, no era un negocio al que ellos viesen mayor función que simplemente dar un servicio a Martillazo San Elías, su fuente de ingresos principal.

No obstante, fundada en 1965, la Fábrica de Tejidos y Confecciones Barba Negra empezó a crecer rápidamente y a sorprender al público chichlayano con una propuesta única en el rubro de ropa para niños. La creatividad de quienes trabajaban en Barba Negra les permitió ofrecer diseños exclusivos con los personajes infantiles del momento, elaborados de manera artesanal con capas de pana, en una época en la que no se usaban bordados en alto relieve o estampados. Estos productos ocasionaron tal impacto que hasta tiendas de otras ciudades empezaron a comprar mercadería a Barba Negra.

“No existía ese tipo de diseños en el mundo. Se trabajaba 24 horas, porque al ser un trabajo artesanal, demandaba de mucho tiempo, y todo eso se vendía tanto en Martillazo San Elías como en las cadenas de tiendas más grandes”, refiere Scander Chikhani sobre el “boom” que se vivió con las confecciones innovadoras de la fábrica Barba Negra, ubicada por entonces en la cuadra seis de la calle Alfonso Ugarte, en Chiclayo.

El crecimiento imparable de Barba Negra, con el tiempo, trajo también dificultades, más aún, con la siempre cambiante realidad del país. Conforme la demanda iba aumentando, sobre todo por parte de cadenas limeñas, el negocio requería de más y mejores máquinas. Juan Manuel Scander Chikhani recuerda, por ejemplo, que durante el gobierno del presidente Juan Velasco Alvarado, con las restricciones que existían para las importaciones, se las tenían que ingeniar y viajar hasta Estados Unidos para poder traer nueva maquinaria al Perú, con el fin de cumplir con la demanda.



“Con eso despegamos. Barba Negra fue creciendo y, cuando hicimos un capital, abrimos una sucursal de Martillazo San Elías que se llamaba Tienda La Corona, en la esquina de San José y Alfredo Lapoint. Luego, cuando ya fue creciendo el negocio, importamos maquinaria y pusimos una lavandería. Así es que teníamos tiendas, confecciones y ahora lavandería, que estaba ubicada en la calle Alfonso Ugarte, cerca del Mercado Modelo”, describe Scander Chikhani.

De hecho, este último negocio, Lavanderías Extra Dry Cleaners, abierto en 1966, fue el que les permitió afianzar este despegue económico, al punto de permitirle a la familia construir su primera casa y contar, además, con una flota de vehículos que hizo más eficiente aún su trabajo, contando ahora con un alcance mayor y con agencias de atención al cliente en diferentes distritos de Lambayeque.

A raíz de este sorprendente impulso para el negocio familiar, con el tiempo se irían sumando nuevos emprendimientos, como fue el caso de Súper Directo, un

“

Las clases en el colegio terminaban en diciembre. Mis amigos hablaban de vacaciones, pero nosotros teníamos que ir a la tienda porque era campaña navideña y debíamos ayudar con los paquetes.

143

Juan Manuel Scander

supermercado abierto en 1985. De igual manera, iniciando la década de los 90, la familia empezaría a incursionar en un rubro que luego se convertiría en uno de sus principales pilares financieros: el negocio inmobiliario, consistente en la adquisición de diversas propiedades inmuebles en Chiclayo, para su alquiler tanto con fines comerciales como de vivienda.

Todo esto permitió que la familia Scander Chikhani pasara por un periodo de prosperidad que se prolongó por varios años. Sin embargo, como ocurre siempre, los momentos difíciles tampoco dejarían de llegar, trayendo consigo nuevos retos que, en esta ocasión, pondrían realmente a prueba la fortaleza del negocio familiar. Y el responsable de tomar las riendas del mismo para devolverlo a su curso, no sería otro que el tercer hijo del matrimonio: Juan Manuel Scander Chikhani.

La segunda generación

Nacido en 1963, en Chiclayo, Juan Manuel Scander Chikhani recuerda haber vivido de cerca, y desde temprana edad, el auge de Barba Negra. Y es que, por supuesto, la familia por entero terminaba involucrándose en el negocio, donde además, el señor Scander Chikhani fue aprendiendo lecciones básicas para forjar su propio camino como emprendedor.

“Las clases en el colegio terminaban el 19 o 20 de diciembre. Mis amigos hablaban de vacaciones, pero nosotros teníamos que ir a la tienda porque era campaña navideña y debíamos ayudar con los paquetes. Incluso nos escondíamos debajo del mostrador porque nos daba hasta vergüenza, pero ahí perdimos la vergüenza, porque nos

Momentos especiales

1. Lavandería Extra Dry Cleaners.
2. Reconocimiento a la Fábrica de Tejidos y Confecciones Barba Negra.
3. Juan Manuel Scander junto al Ministro de la Producción en el reconocimiento de la Fábrica Barba Negra como mejor empresa en su rubro y categoría.
4. Visita del Ministro de la Producción y reconocimiento de la Fábrica Barba Negra como mejor empresa en su rubro y categoría. A los extremos Juan Scander Juayeq y Juan Manuel Scander Chikhani.





enseñaron que si había que barrer, se barría y si había que limpiar, limpiábamos”, cuenta el empresario, quien agrega que, en ocasiones, alguno de los hermanos debía salir corriendo desde Martillazo San Elías hasta la tienda La Corona, ubicada a unas cuatro cuadras, cuando había algún pedido de una prenda en específico.

Aquellas jornadas por las fiestas navideñas eran tan arduas que, en cierta ocasión, un 24 de diciembre y tras haberlo dado todo en el negocio para cumplir con los pedidos de los clientes, los miembros de la familia llegaron a casa tan agotados que, después de la oración y una breve cena de Navidad, no pudieron hacer más que irse directamente a dormir.

Esos son solo algunos de los recuerdos que conserva el señor Scander Chikhani, quien al culminar sus estudios en el colegio San Agustín, viajó a Estados Unidos en 1981, para estudiar administración de negocios en la Universidad de Minnesota, en la ciudad de Mineápolis. Luego, volvería al Perú para cursar una especialización

Barba Negra ha recibido más de un reconocimiento por parte de entidades como el Gobierno Regional de Lambayeque, que ha destacado su “invalorable aporte al desarrollo económico de nuestra región”.

145

en IPAE, en Lima, y ampliar sus estudios en la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg). Dentro de dicho rubro, realizó sus primeros trabajos en la compañía de seguros La Real, también en la capital peruana, aunque no tardaría en obtener la representación regional de la empresa e instalar su sede en Chiclayo.

En 1991, Juan Manuel Scander Chikhani se casa con Mónica Valderrama Baigorria, con quien tiene dos hijos: Juan Manuel, quien estudió Economía en la Universidad del Pacífico, y Karime, comunicadora de profesión por la Universidad de Lima y, además, actriz con una destacada participación en diversas producciones nacionales.

Gracias a las lecciones aprendidas de niño, cuando apoyaba en el negocio familiar durante las campañas navideñas, y por supuesto, a esa firme conciencia ética inculcada por sus padres, el señor Scander Chikhani había podido labrarse un camino propio tras culminar sus estudios universitarios. No obstante, los 90 también fueron años de crisis para las empresas de la familia y esto llevó a que el señor Scander Chikhani, al ver dicha situación, tuviera que apostar por involucrarse más a fondo y plantear cambios cruciales para darle nueva vida a lo que hoy se conoce como Grupo Barba Negra.

Cambios estructurales y necesarios

“En los 90 sufrimos una crisis económica, las empresas no caminaban bien, tanto la lavandería, como la fábrica y la tienda. Se empezaron a pedir préstamos. Yo, por aquel tiempo, vivía en Lima, y en una de las visitas de mi padre, me comentó esto y fue entonces que decidí venir a Chiclayo”, relata Juan Manuel Scander Chikhani.

“

Nunca me he preocupado por mi competencia, me he preocupado por hacer bien mis cosas.

Juan Manuel Scander Chikhani

En efecto, la situación de las empresas era tan difícil que la familia había llegado al extremo de hipotecar su casa para intentar sacarlas a flote. Ante este panorama y tras realizar un estudio comercial, el señor Scander Chikhani vio que sería necesario realizar cambios estructurales en las compañías, empezando por una variación fundamental en el giro de Tejidos y Confecciones Barba Negra: especializarse ahora en la elaboración de uniformes tecnificados para empresas.

En 1999, Juan Manuel Scander Chikhani asumió la gerencia general de todas las empresas del Grupo Barba Negra. Siguiendo una línea de tecnificación e invirtiendo en el nuevo giro de la fábrica, logró sacar adelante el negocio y evitar mayores pérdidas para la familia. “Transformamos la fábrica y se recuperaron las hipotecas. Hasta el día de hoy, mi padre sigue viviendo en la misma casa”, señala, con orgullo, el hijo del señor Juan Scander Juayeq.

Desde entonces, Tejidos y Confecciones Barba Negra se fue convirtiendo en una empresa con cada vez más presencia como fabricante, sobre todo, de ropa de seguridad industrial. Entre sus principales clientes, según menciona el señor Scander Chikhani, se encuentran empresas del Estado, así como diversas compañías del sector minero, pesquero, agroindustrial, entre otros, a nivel nacional. Esto, además de haber ganado licitaciones para brindar su servicio a instituciones como la Policía Nacional del Perú y el Ejército del Perú.

Considerada una pionera dentro de la industria textil en esta parte del país, así como una compañía confiable y prestigiosa por la calidad de su servicio, Barba Negra ha recibido más de un reconocimiento por parte de entidades como el Gobierno Regional de Lambayeque, que ha destacado, en su momento, su “invalorable aporte al desarrollo económico de nuestra región”. Recientemente, en el 2022, según indica el señor Scander Chikhani, la empresa también fue reconocida por el Ministerio de la Producción de turno como la mejor, a nivel nacional, dentro de su rubro.

Más cambios y nuevos desafíos

La solidez obtenida por la empresa le permitió, incluso, hacer frente con éxito a la pandemia de COVID-19 que golpeó al mundo a inicios del 2020. Como explica el gerente general del Grupo Barba Negra, lo que hicieron fue implementar un sistema al que llamaron “satélite”, como parte del cual adquirieron e instalaron equipos en casa de los trabajadores, de manera que estos pudiesen continuar laborando y enviando su producción, que luego pasaba por el respectivo control de calidad.

“Como, por entonces, miembros de las familias se quedaban sin trabajo, en esos negocios empezaron a laborar más personas de manera “descentralizada” y terminaban ganando más. Por eso, hemos continuado con el proyecto hasta hoy, pues ha sido exitoso”, afirma el líder del grupo empresarial, al hablar de esta nueva demostración de la capacidad que han tenido para innovar y encontrar una oportunidad de desarrollo, incluso en los momentos más críticos.

A la par del crecimiento de Barba Negra, continuaron también las inversiones en el sector inmobiliario, sobre lo cual el actual gerente del grupo menciona que “somos una familia con alrededor de 80 propiedades en la región Lambayeque, contamos



con departamentos, casas, locales industriales, terrenos de gran magnitud, y actualmente estamos asociados con el Grupo El Pino, donde tenemos varios proyectos inmobiliarios. La parte inmobiliaria es la que, hoy en día, nos da la mayor cantidad de ingresos”.

Cabe indicar, que si bien negocios como las Lavanderías Extra Dry Cleaners tuvieron inicialmente su impulso para salir adelante en esta nueva etapa del grupo empresarial, con el tiempo, tanto dicha compañía como las tiendas que poseía la familia, fueron cedidas y quedaron en el recuerdo como parte de la historia empresarial chiclayana. Esto de acuerdo, también, a la demanda del momento y a la necesidad de centrarse en un negocio con mayor rentabilidad.

Hasta la actualidad, Tejidos y Confecciones Barba Negra funciona en el amplio local que pasó a tener durante esta etapa, ubicado en la avenida Salaverry, en Chiclayo. A futuro, como comenta el señor Scander Chikhani, sus planes apuntan a innovar con un nuevo servicio, ahora con la participación de una tercera generación de la familia: su hijo, Juan Manuel Scander Valderrama.

“

Más que el dinero, nuestra fortaleza es la familia.

147

Juan Manuel Scander
Chikhani

“Él es economista de la Universidad del Pacífico. Con él, y sus dos primos, estamos desarrollando un proyecto de lavado industrial. Estamos haciendo un estudio para el alquiler de uniformes, que es algo que todavía no hay en el Perú”, afirma el empresario. En efecto, su proyecto apunta a abrir una planta de confecciones en Lima y elaborar uniformes que podrán ser alquilados a las empresas de manera mensual, al mismo tiempo que se brinda el servicio de lavado y mantenimiento. Un servicio completo.

Consultado sobre si no tiene algún inconveniente con hablar de sus proyectos en marcha, Juan Manuel Scander Chikhani es tajante: “nunca me he preocupado por mi competencia, me he preocupado por hacer bien mis cosas”.

Primero cristianos, después empresarios

Dos generaciones juntas con algo en común: la convicción de que la ética está sobre cualquier factor material. Así lo dejan claro, tanto Juan Manuel Scander Chikhani, como su padre, Juan Scander Juayeq. El actual gerente de Barba Negra menciona que existe una palabra que ellos siempre han atesorado: entusiasmo, que etimológicamente quiere decir “tener a Dios dentro de uno mismo”.

“Descendemos de una familia católica y la religión de la zona de donde provenimos, es una religión aplicada. Somos parte activa de nuestra religión, trabajamos para ella. Es sorprendente cuando uno lleva a Dios dentro y trabaja con la misión de Dios”, afirma el líder del grupo comercial. Para su padre, de hecho, ellos en primer lugar son cristianos y, después, empresarios.

Personas especiales

1. Instalaciones actuales de la Fábrica Barba Negra.
2. Juan Manuel Scander de niño junto a sus hermanas. De izquierda a derecha: May y Carmen, y su prima Laila en la tienda “La Corona”.
3. Tres generaciones (de izquierda a derecha): Juan Manuel Scander Chikhani, Juan Manuel Scander Valderrama y Juan Scander Juayeq.
4. Juan Manuel Scander, quien continúa hasta el día de hoy con el legado familiar.
5. Familia Scander Chikhani.





Ese sentido de la ética y el servicio ha sido el que ambos han puesto en práctica, también, en sus labores más allá del ámbito empresarial. En el caso del señor Juan Scander Juayeq, quien siempre ha sido un hombre preocupado por su comunidad, en 1972 fue socio fundador del Rotary Club de Santa Victoria.

Asimismo, el señor Scander Juayeq llegó a ser representante del Rotary International para los países de Ecuador, Argentina, Venezuela y Brasil. También asumió el rol de Coordinador General del XXXIV Instituto Rotario - Chiclayo Perú, en el 2008, y se desempeña como director de la revista Rotario Peruano, desde el 2007 hasta la actualidad.

A su vez, su hijo, Juan Manuel Scander Chikhani, ha participado, desde muy joven, en distintos círculos a nivel empresarial y social. Entre las instituciones en las que ha llegado a tener presencia figura la Asociación de Empresarios Jóvenes del Departamento de Lambayeque (ASEJLAM), la Cámara de Comercio de Lambayeque y la Sociedad Nacional de Industrias - Filial Lambayeque. De similar forma, ha sido

“

El crecimiento económico no es algo que nos quita el sueño. Hemos crecido, sí, gracias a Dios. Pero no es algo que te llena, como sí lo hace el hablarte de mis hijos.

Juan Manuel Scander
Chikhani

director de SENATI. Además, a lo largo de su vida, tampoco ha sido ajeno al medio deportivo, llegando a ser seleccionado en el equipo de basquetbol nacional, obteniendo títulos en torneos locales y participando en los campeonatos de la Copa Perú.

Todo esto, sin mencionar la constante actividad que ambos han desarrollado a favor de la comunidad a través de la Iglesia Católica. Y es que, para la familia, están siempre presentes las palabras del patriarca, el señor Juan Scander Juayeq, relacionadas con la importancia de lo espiritual, que trasciende, muy por encima de lo material, que es perecible. Para el patriarca, la vida solo tiene sentido si se hace compatible con el amor, y el amor tiene su mejor expresión en el servicio. “Más que el dinero, nuestra fortaleza es la familia”, agrega su hijo, quien además cuenta que, desde hace 60 años, conservan la tradición de reunirse en familia, en casa de sus padres.

Una invaluable tradición para una familia que considera que su principal capital trasciende cualquier aspecto físico. El mismo gerente general de Barba Negra, afirma que, mucho más importante que cualquier logro económico, es saber de los logros de sus hijos.

“El crecimiento económico no es algo que nos quita el sueño. Hemos crecido, sí, gracias a Dios. Pero no es algo que te llena, como sí lo hace el hablarte con este orgullo de mi hija, que triunfa en la televisión, o de que a mi hijo lo han llamado para que trabaje en una de las transnacionales más importantes del país. Eso me enorgullece más que cualquier otra cosa”, concluye el empresario.





Grupo Constructor Scander

Familia Scander Doig.

Rumenos Scander Scander, un deportista que entregó su vida a Chiclayo

151

Con la misma pasión que ponía al pisar una cancha deportiva, Rumenos Scander Scander amaba Chiclayo. Era un amor profundo, forjado en el corazón de quien, siendo apenas un niño, había emigrado del Líbano, su país natal, junto a sus padres y su hermano menor. Y si bien, al principio, las cosas no serían fáciles para la familia tras su llegada a la Capital de la Amistad, es en esta ciudad donde Rumenos se convertiría en alguien capaz de liderar y unir esfuerzos en pro de la comunidad, una tarea a la que se entregó hasta el último de sus días. Porque amar también es hacer equipo para lograr una meta, como ocurre en el deporte.

Esto siempre lo tuvo claro el multifacético dirigente deportivo y empresario, cuyo legado perdura en quienes vivieron muy de cerca dicha dedicación permanente: su familia. “Le encantaba unir a toda la población necesaria para un bien común, que era el deporte”, recuerda Magaly Edda Doig viuda de Scander. Tanto ella como su hijo, Rumenos Scander Doig, hablan del esposo y padre con una convicción que reafirma su presencia, quizás no física, pero sí rutilante en las enseñanzas y vivencias que ambos ahora comparten para estas páginas.

Porque amar también es ganarle al tiempo y hacer que lo vivido trascienda.

Una familia libanesa en Chiclayo

“Hemos respirado deporte desde niños”, afirma Rumenos Scander Doig, quien hoy está a cargo de la empresa constructora que fundó su padre. En la trayectoria de este último figuran numerosas facetas: ingeniero civil, catedrático, regidor municipal, presidente de diversas asociaciones e instituciones de la región. Incluso, como empresario, incursionó tanto en el sector de la construcción como en la agroexportación y la hotelería.



Familia *Scander Doig*



1978

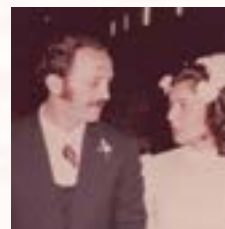


Rumenos asume como regidor de Obras Públicas en el Concejo Municipal de Chiclayo, rol que desempeñó hasta 1980.



1948

Un 29 de noviembre, nace Rumenos Scander Scander, en Líbano. Siendo niño, él y su familia emigran a Chiclayo, Perú.



1979

El señor Scander contrae matrimonio con Magaly Doig. Ambos se conocieron como integrantes del Club Unión Chiclayo.

El ingeniero Rumenos Scander funda la empresa Constructora Scander SAC.

1974

Rumenos empieza a trabajar como catedrático en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, donde estudió Ingeniería Civil.



1981

El empresario asume el vicedecanato del Colegio de Ingenieros del Perú-Lambayeque y la directiva del Capítulo de Ingenieros Civiles.

1983

Rumenos Scander es vicepresidente de la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco).



2000

El señor Scander preside al grupo fundador de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Lambayeque (Ahora Lambayeque).

Termina la gestión de Rumenos Scander en el IPD-Lambayeque.

2001

Una tercera empresa se suma a la lista, esta vez en el rubro de agroexportación: Frutos Olmos Perú SAC.

1989



Nace la segunda empresa de los Scander, Las Garzas SAC - Garza Hotel.

1992

Rumenos Scander asume el cargo de presidente del Consejo Regional del Instituto Peruano del Deporte (IPD) - Lambayeque.



2004

Rumenos Scander preside el comité local de organización de la Copa América 2004, con Chiclayo como subsede.

El ingeniero Scander asume la presidencia del consejo directivo del Proyecto Especial Olmos Tinajones.

2005

Fallece el empresario y recordado dirigente deportivo Rumenos Scander, de un repentino ataque al corazón.

Rumenos Scander Scander, supo desde muy temprano que, para salir adelante, había que darlo todo en el gran partido de la vida.

No obstante, las palabras de su hijo confirman que, por sobre todo, Rumenos Scander Scander, nacido un 29 de noviembre de 1948, fue un hombre entregado a la actividad deportiva.

Eso sí, mucho antes de plasmar ese mismo fervor en su papel como presidente del Instituto Peruano del Deporte (IPD) - Lambayeque, puesto en el que se desempeñó entre 1992 y el año 2000, el recordado ingeniero, Rumenos Scander Scander, supo desde muy temprano que, para salir adelante, había que darlo todo en el gran partido de la vida. Lo supo cuando dejó el Líbano con su familia, buscando en América una tierra con más oportunidades, lejos de la sombra del conflicto entre países vecinos; y lo sabría también después, cuando ya su padre Simón trabajaba sin descanso como vendedor ambulante de telas en esta ciudad norteña que los había acogido.

“Mi padre prácticamente se ha criado con dos papás”, cuenta Rumenos hijo, refiriéndose a su abuelo, Simón Scander Juayeq, y al hermano de este último, Juan. “Él y mi abuelo, que eran hermanos, han vivido en la misma casa. Don Juan tuvo seis hijos y mi abuelo, cuatro. Los han criado como si fueran diez hermanos, todos juntos”. Como familia de migrantes, sin conocer el idioma del país al que habían llegado, su lucha para solventar los gastos era constante y, sin embargo, lograron ver en Chiclayo una posibilidad invaluable de salir adelante.

La señora Magaly Doig, quien años después se convertiría en la compañera de vida de Don Rumenos Scander Scander, menciona que la familia de su esposo recorrió incluso las cooperativas de la región para vender sus telas. “Han sido minoristas, no dominaban el idioma. Después pusieron tiendas locales de telas, fueron prosperando poco a poco, pero en su caso hubo mucha austeridad, vivían dos familias juntas. Yo pienso que eso también lo hizo ser muy solidario”, asegura, haciendo alusión a otro rasgo característico del señor Scander Scander: su disposición para ayudar siempre a quien lo necesitara.

Dicho rasgo, además, completa la que sería una descripción más exacta del emprendedor libanés: un hombre entregado al deporte, al servicio de su comunidad. Con un sentido de responsabilidad que pudo adquirir, también, al haber sido el mayor de aquellos diez hijos que vivían en una misma casa. “Veían a Rumenos como un papá”, refiere la señora Magaly Doig. Así, en medio de la lucha constante de los suyos por progresar, se iría perfilando el carácter del pequeño extranjero que pronto adoptó al español como su idioma y a Chiclayo como un auténtico hogar.

Unidos por y para el deporte

Incluso en medio de las dificultades, una afición poderosa había empezado a crecer en Rumenos Scander Scander desde muy chico. Jugar a la pelota y, en especial, al básquetbol, pasaría de ser ese divertimento para los días de infancia en el barrio, a convertirse en una parte irremplazable de su vida. Un elemento que, más adelante, le permitiría conocer a mucha gente con el mismo amor por el deporte y que estaba presta a organizarse para seguir promoviéndolo.

Durante sus años de estudiante, en el siempre glorioso Colegio Nacional de San José, Rumenos había sido un alumno destacado, principalmente en el área de matemáticas.



Ya desde entonces poseía un espíritu enérgico, inquieto y dispuesto a darlo todo, algo que, por supuesto, se reflejaba tanto en su día a día como en los encuentros deportivos.

Tras terminar el colegio, ingresó a la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, donde fue parte, nada menos, que de la primera promoción de Ingeniería Civil de la casa de estudios. Por aquellas épocas, Rumenos ya sabía cómo distribuir su tiempo entre las aulas universitarias y su amor por el baloncesto; un amor que compartía con grandes amigos, todos ellos deseosos de dejar su nombre grabado en la historia del deporte chiclayano.

El resultado natural de este sueño en conjunto fue el origen del Club Unión Chiclayo, cuya camiseta azul defendió con ahínco el joven Rumenos entre los años sesenta y setenta, junto a otros habilidosos basquetbolistas como “Poli” Moscol, “Chabelo” Santisteban, Jorge Novoa, Simón Hende, Franklin Larrea, Alfredo De los Ríos, Jorge Lucena, Carlos Agüero, “Fito” Burgos, “El Loco” Morales, entre muchos más.

Para Rumenos, el club Unión Chiclayo significó, sobre todo, ser parte de un creciente grupo de amigos con un vínculo que superaba cualquier diferencia o dificultad.

Unión Chiclayo se convirtió rápidamente en una potencia dentro del medio de la canasta local, donde llegó a coronarse campeón durante cinco años consecutivos; sin embargo, para Rumenos, el club significó, sobre todo, ser parte de un creciente grupo de amigos con un vínculo que superaba cualquier diferencia o dificultad. Como una familia. De hecho, según recuerda la señora Magaly Doig, los integrantes del club no solo se congregaban para competir, sino también, para conseguir y habilitar sus propios espacios donde practicar con el balón.

A la par de esto, la destreza que Rumenos demostraba en las canchas lo llevó a vestir también la camiseta del seleccionado chiclayano de básquet, con el cual llegó a ser subcampeón nacional en 1975. Incluso, tuvo un paso no menos resaltante por el fútbol, como arquero del Deportivo Municipal de la calle Leticia, un club al que siempre quiso de una forma especial al punto que, tiempo después, se convertiría en uno de sus principales socios.

La esposa de don Rumenos recuerda con cariño aquellas épocas del Club Unión Chiclayo: gente de toda edad y procedencia, reuniéndose para entrenar y alentando en el coliseo durante los partidos, en medio de la alegría y la chacota. Demostrando, también, un amor único a la camiseta y una emoción a flor de piel frente a espectáculos deportivos impresionantes, como los que, según menciona, ya no se han vuelto a ver. Atesora dichos recuerdos, aún más, porque fue gracias al deporte que conoció a quien sería su cónyuge.



Personas especiales

1. Rumenos Scander, durante los años 70, cortando la red en un partido entre Unión Chiclayo y Manco Cápac por obtener el campeonato.
2. Primer equipo titular del Club Unión Chiclayo, finales de los años 60. En cuclillas, a la derecha, un joven Rumenos Scander.
3. El equipo en pleno del Club Unión Chiclayo, en los años 70.
4. Matrimonio de los señores Rumenos Scander y Magaly Doig, en la iglesia San Pedro de Lambayeque, 7 de diciembre de 1979.
5. Familia Scander Doig. De izquierda a derecha, Magaly Doig de Scander, Rumenos Scander y sus cuatro hijos: Fadia, Margorie, Lisseth y Rumenos.





Una pareja de deportistas

Se había enterado de la existencia del Unión Chiclayo por un entrenador. Tras esto, Magaly Edda Doig Sánchez, una jovencita lambayecana amante del vóley e hija de un magistrado de la Corte Suprema que también adoraba el deporte, decidió unirse al club.

“Yo pertenecía al equipo de vóley y Rumenos, al de básquet. Cuando jugábamos las mujeres, los hombres nos apoyaban y viceversa. Hicimos un grupo muy bonito. Poco a poco, fuimos simpatizando y ahí nació el amor. Él era capitán de básquet y yo era capitana de vóley”, relata la señora Magaly Doig.

Cuenta, también, que el joven Rumenos, enamorado, no dudaba en ir siempre a visitarla hasta Lambayeque, llegando incluso a tomar prestado el automóvil de su gran amigo, el padre Cesáreo Fernández, para trasladarse desde Chiclayo hasta la Ciudad Evocadora. “Rumenos era muy amigo de mis padres. Mi papá llegó a ser presidente del club, entonces, siempre hubo una confraternidad”, señala.

“

Poco a poco, fuimos simpatizando y ahí nació el amor. Él era capitán de básquet y yo era capitana de vóley.

Magaly Doig sobre Rumenos Scander

En medio de ese ambiente de algarabía, dedicación y trabajo en equipo que se vivía en el club, ambos deportistas lograron establecer una química que se fue fortaleciendo con el pasar del tiempo, hasta verse cristalizada en su matrimonio, celebrado en diciembre de 1979. Posteriormente, sabrían transmitir con honestidad y entusiasmo esa misma pasión por el deporte a sus retoños. “Hasta casada y con hijos chicos, me iba a entrenar”, afirma Magaly Doig.

Los inicios de un novel profesional

Tras graduarse, el flamante ingeniero civil Rumenos Scander Scander empezó a hacer sus primeros trabajos, asociándose para ello con uno de sus compañeros de promoción, Antonio Odar. “Empezaron juntos, con una empresa pequeña. Pasaron unos dos, tres años, y Rumenos se independizó. Se fue haciendo más conocido, comenzó a tomar obras más grandes y, paralelamente, era también catedrático”, detalla la señora Doig viuda de Scander.

En efecto, el ingeniero Rumenos fue catedrático de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo entre los años 1974 y 1987. Su esposa lo recuerda como un docente riguroso, que no dudaba al momento de exigir a sus estudiantes que se esfuercen lo más posible. A la par, según menciona su hijo, Rumenos Scander Doig, siguió creciendo dentro del rubro de la construcción, encargándose de obras cada vez más grandes, primero con el apoyo de su tío Juan y siempre a través de las relaciones que iba estableciendo en el camino. “En esa época no cualquiera construía, entonces había unas cuatro o cinco

“

Era una relación familiar, de hecho, yo hasta ahora trabajo con la misma gente con la que mi papá trabajó en la constructora y existe una relación muy cercana.

Rumenos Scander Doig

constructoras importantes, pero no había más, era mucho más difícil hacer una obra”, asegura su hijo Rumenos Scander Doig, el actual gerente de Constructora Scander.

Aquellos fueron los primeros pasos de un profesional que seguiría luchando a diario por sacar adelante a su familia. Su hijo cuenta que, cuando sus padres se casaron, comenzaron viviendo en un departamento pequeño, en el segundo piso de un edificio de la avenida Salaverry, en Chiclayo. No obstante, don Rumenos tenía la base de haber crecido en una familia de migrantes emprendedores, que además habían logrado darle la formación necesaria para labrarse un camino por su cuenta. “Fue el primer profesional de la familia”, precisa Scander Doig.

En ese sentido, después de fundar Constructora Scander SAC en 1979, los esfuerzos del ingeniero libanés seguirían dando fruto con el transcurrir de los años, en la forma de otras dos compañías, en rubros distintos: Las Garzas SAC – Garza Hotel, en 1989, y Frutos Olmos Perú SAC, mucho después, en el 2001.

La vocación de servicio

Rumenos Scander Scander pudo haber optado por ser un empresario como cualquier otro y centrarse netamente en sus negocios, pero había algo dentro de él que lo impulsaba a ver más allá. Uno de esos motores fue su profunda vocación de servicio, evidente desde la manera misma en que dirigió sus empresas.

“A nivel del Hotel Garza, por ejemplo, no subcontrataba. Tenía una planilla de cien personas y él era como un padre para todos sus empleados, todo el mundo le contaba sus problemas. En la oficina del hotel había cola porque mi papá asesoraba a un montón de gente, de todo estrato social. Llegaba desde gente con sus gallinas, para agradecerle, hasta el alcalde, a preguntarle qué hacer. Yo a veces iba a verlo en la mañana y le decía: papá, a qué hora vas a ir a almorzar. Ya, me respondía, regreso a la una. Luego eran las cuatro de la tarde y no salía de su oficina”, cuenta Rumenos Scander Doig.

“Yo me acuerdo que una vez vino una mujer muy humilde. La chica quería viajar a Japón para trabajar y Rumenos aceptó prestarle dinero. Recuerdo que le dije: oye, Rumenos, no te va a devolver. Pasaron seis meses, la chica se fue a Japón, comenzó a trabajar y le envió el dinero: ingeniero, muchas gracias por su apoyo. Siempre veía hacia el más desvalido para de alguna manera poner el hombro, tal vez porque él también fue emigrante y eso también hizo que fuese muy solidario con las personas”, expresa, a su vez, la señora Magaly Doig.

Todas estas actitudes hacían que los trabajadores viesan a Rumenos Scander Scander como alguien cercano y preocupado por el bienestar de su personal, alguien dispuesto a ayudarlos con un consejo o unas palabras de aliento, pero a la vez exigente, que los alentaba siempre a aprender algo nuevo y a superarse. “Era una relación familiar, de hecho, yo hasta ahora trabajo con la misma gente con la que mi papá trabajó en la constructora y existe una relación muy cercana”, asegura el hijo del señor Scander Scander.



El amor por Chiclayo

Magaly Doig menciona que, cuando sus hijos eran pequeños, llegó a reclamarle a su esposo por el tiempo que dedicaba a sus labores fuera de casa. “Todo el tiempo estaba en reuniones, congregando, uniendo. Él amaba Chiclayo. Decía: tenemos que hacer algo por Chiclayo”, refiere.

De hecho, recuerda cuando a don Rumenos, ya siendo presidente del IPD Lambayeque, lo criticaron por haber dispuesto que se habiliten tiendas alrededor del Coliseo Cerrado de la ciudad. “Hubo gente que se levantó, le decían judío mercantilista y él respondía, no, yo quiero generar ingresos para Chiclayo, que no dependa de Lima. Lo logró y con ese dinero empezó a arreglar el estadio. Él quería hacer mucho por su ciudad”, afirma.

Para su hijo, este deseo de contribuir al desarrollo de Chiclayo tenía mucho que ver con la experiencia de vida de su padre. “Es la tierra que le dio la oportunidad de progresar

“

Todo el tiempo estaba en reuniones, congregando, uniendo. Él amaba Chiclayo. Decía: tenemos que hacer algo por Chiclayo.

159

Magaly Doig sobre
Rumenos Scander

y, hablando de sus abuelos, de salir de la pobreza. Es una deuda moral, probablemente, de poder hacer algo por la tierra que te dio la oportunidad de desarrollarte”, indica.

“Pienso que Rumenos era también muy soñador, muy idealista, quería que los chicos estuvieran fuera y regresaran a su región, a hacer algo por su ciudad. Decía: por qué la mayoría de la gente se va y no regresa. No lo entendía, él quería que fueran agradecidos con su tierra”, apunta, a su vez, la señora Magaly Doig, haciendo énfasis en ese deseo eterno de su esposo por buscar el bien para la comunidad de Chiclayo. “Sin ser chiclayano”, completa su hijo, Rumenos.

Ambos recuerdan, además, cómo el dirigente deportivo impulsó la práctica de la actividad física entre los más jóvenes, buscando continuar así con esas experiencias que lo marcaron y marcaron a su ciudad durante su época de colegial y universitario.

“Los colegios también apoyaban mucho el deporte, algo que ahora no pasa. No es un tema solo de una persona, creo que es una suma de muchas actitudes. Lo único que acá brilla en el Perú es el fútbol, porque tiene un presupuesto gigantesco, pero los demás deportes, sobre todo los escolares...ya hace como diez o quince años que no hay ese apoyo como había antes, me parece”, menciona Rumenos Scander Doig.

La señora Magaly asiente, recordando aquellos años en que la actividad deportiva estaba siempre en ebullición y familias enteras se maravillaban con el desempeño en el campo de las nuevas promesas. “Era una época en que Chiclayo siempre tenía deportistas destacados”, señala.

Sucesos especiales

1. Los padres de Rumenos Scander, Simón Scander Juayeq y Mariam Scander, junto con la pequeña Fadia.
2. En la Municipalidad de Chiclayo con el Ing. Juan José Salazar. Reconocimiento del Juan Aurich por el gran apoyo brindado.
3. Rumenos Scander (quinto desde la izquierda), como presidente del IPD, durante la inauguración del V Campeonato Nacional de Básquet Escolar Sub 14.
4. Rumenos Scander en ceremonia de juramentación tras acoger a la Liga Distrital de Fútbol de Chiclayo en la sede del estadio Elías Aguirre.





El padre orgulloso

Rumenos Scander Doig recuerda haber crecido tan rodeado de la pasión por el deporte, que llegaron a instalar una cancha en la entrada de su casa. “Nos hemos criado jugando básquet desde que tengo uso de razón”.

La incondicional compañera del ingeniero, Magaly Doig, considera que el deporte se convirtió, incluso, en la mejor forma que encontró su esposo para comunicarse con sus hijos. “Sus padres (los del señor Rumenos Scander Scander) fueron también muy trabajadores y reservados, entonces, a él también le costaba comunicarse con los chicos y lo hacía a través del deporte, los guiaba y se preocupaba por ellos a través del deporte”.

De hecho, ella cuenta que el empresario nunca se perdía los partidos en que participaban sus pequeños. “Si había que ir a China, se iba con los hijos a China”. En cierta ocasión, por ejemplo, el orgulloso padre acompañó a la segunda hija del

“

Es la tierra que le dio la oportunidad de progresar. Es una deuda moral, probablemente, de poder hacer algo por la tierra que te dio la oportunidad de desarrollarte.

161

Rumenos Scander Doig

matrimonio, Lisseth, destacada deportista desde pequeña, cuando participó en un importante torneo en Arequipa. “Rumenos vivía embobado con su hija. Me contaba: Magaly, ha levantado a todo el estadio esta enana. Porque ella era de las chicas que dominaban y tenía bastante garra. Eso a él lo hacía muy feliz”.

Como anécdota, Rumenos hijo recuerda que, en ocasiones, durante los partidos donde participaban sus dos hermanas mayores, la emoción superaba a su padre y este terminaba intentando dirigir al equipo. “El entrenador era Jorge Novoa y mi padre se metía a dirigir, a decir: a este lado, al otro. Él no podía meterse porque era dirigente, no podía opinar, pero le ganaba la impulsividad y a veces se ponía a corregir al entrenador”, asegura el heredero del señor Scander, con una sonrisa en el rostro.

Un dirigente comprometido con su ciudad

Muchas emociones embargan a los amantes del deporte cuando recuerdan la época de Rumenos Scander como presidente del Consejo Regional del IPD, un puesto en el que se desempeñó durante buena parte de los años noventa. A su mando, la institución se convirtió en una de las más activas y exitosas a nivel nacional, además de destacar especialmente por su crecimiento en cuanto a infraestructura deportiva. Esta fue una consecuencia directa de la preocupación que siempre tuvo el señor Scander por hacer que Chiclayo brille y, más aún, dentro del deporte.

Su cargo, así, se convirtió en la oportunidad perfecta para poder contribuir al desarrollo tanto de su ciudad como de la actividad que tanto había amado desde niño. Y cumplió con creces dicha misión. Entre los logros de su periodo, se cuentan las

El ingeniero Scander había demostrado que era posible conseguir avances para el departamento de manera eficiente, sin gastar de más.

mejoras hechas en el estadio Elías Aguirre de Chiclayo, donde supo promover obras como la construcción de un pequeño coliseo, una piscina y una pista sintética de atletismo, que convirtieron al recinto en un lugar óptimo para la práctica de diversas disciplinas deportivas, ya no solo para el fútbol.

Otro de sus logros consistió en rescatar, casi del olvido, el Coliseo Cerrado de Chiclayo. Como se mencionó líneas atrás, su propuesta para obtener los fondos necesarios llegó a generarle críticas por parte de quienes no terminaban de comprender lo necesario que era este espacio para impulsar el deporte local.

“Él dijo: bueno, tenemos este terreno en medio de la ciudad que vale mucho dinero y no me genera nada. Entonces, lo que hizo fue construir todas las tiendas que están alrededor del coliseo cerrado. Con ese dinero, además, hizo el minicoliseo del estadio, hizo ocho canchas auxiliares, al estadio Elías Aguirre lo dejó espectacular”, comenta Rumenos Scander Doig.

El cuidado de los espacios dedicados al deporte en Chiclayo fue una tarea tan importante para el entonces presidente del IPD regional, que su hijo recuerda haberlo visto, en más de una ocasión, regando él mismo la cancha de césped del estadio Elías Aguirre. “Mi papá la regaba, la cortaba, él estaba en contra de que el estadio tuviese cancha de gras sintético, pero al final fue una disposición del IPD a nivel nacional”.

Pero además de la infraestructura, al dirigente Rumenos Scander le importaba mucho transmitir ese amor por el deporte a las nuevas generaciones. Durante su gestión en el IPD Lambayeque, se organizaron muchos campeonatos escolares y, además, se buscó reforzar la preparación de las jóvenes promesas a través del apoyo de especialistas, como ocurrió en el caso del convenio Perú-Cuba que el dirigente siempre buscó mantener vigente.

Por ese entonces, diarios locales resaltaban el trabajo de orientadores cubanos como Luis Surena (vóley), Orlando Estrada (básquet), Denis Gonzales (natación) o Jesús Sotolongo (atletismo). Labor que, en efecto, trajo triunfos para Chiclayo en el ámbito escolar entre los años 1998 y 2000.

“Juntos, así podemos!”

Aunque los resultados terminaron hablando por sí solos en el caso de los orientadores cubanos, tampoco faltaron las críticas, tal como había ocurrido con la creación de las tiendas alrededor del Coliseo Cerrado de Chiclayo.

Además, según cuenta el hijo del dirigente deportivo, en un inicio su padre llegó a recibir miradas poco amistosas por parte de algunos de sus pares en otras regiones. En cierto momento, se enviaron incluso auditores al IPD Lambayeque, “para investigar, entre comillas, qué pasaba en Chiclayo, porque no les cuadraba que sobrara dinero”.

El ingeniero Scander había demostrado que era posible conseguir avances para el departamento de manera eficiente, sin gastar de más. Y a pesar de ello, debía afrontar dicho tipo de comentarios que, con el tiempo, fueron quedando de lado e, incluso,



“

**Juntos, ¡sí podemos!
Ese era su lema,
subraya su hijo.**

Rumenos Scander Doig sobre su padre

transformándose en admiración y aprecio. Antes de ello, su hijo recuerda que el dirigente llegó a sentirse indignado, pero que, a la vez, siempre se mantuvo firme. Al final, los logros de su gestión eran la mejor respuesta ante tales situaciones. “Recuerdo que el IPD Lambayeque era la envidia nacional. Todo el tema de la infraestructura deportiva era espectacular en Chiclayo por ese entonces, espectacular”, recalca Scander Doig.

Al mismo tiempo, el actual gerente de Constructora Scander destaca que, si bien su padre supo hacerse de un nombre con el tiempo, siempre recurría a sus buenas relaciones con el fin de ayudar a los demás. Si conversaba con autoridades u otras personas que ocupaban un cargo importante en la región, lo hacía para pedirles que pongan el hombro y, de esta forma, trabajar juntos en pro de la comunidad.

Seguir siempre esta consigna permitió que el señor Scander Scander obtuviera el que, tal vez, fue uno de los logros más importantes de su faceta como impulsor del deporte en Lambayeque: presidir el comité organizador local de la Copa América 2004, en la que Chiclayo fue una de las sedes más importantes del mencionado evento del fútbol internacional.

Como había ocurrido siempre, con cada tarea asumida a lo largo de su vida, el dirigente puso todo de sí con el objetivo de que Chiclayo fuese la mejor de todas las sedes en el país. Hoy, su esposa y su hijo recuerdan admirados cómo logró reunir a todas las instituciones involucradas, haciendo que cada una de ellas se comprometiese a ayudar desde su respectiva trinchera. Un éxito que, nuevamente, demostró la capacidad y pasión de Rumenos Scander Scander por congregarse en torno al deporte. “Juntos, ¡sí podemos! Ese era su lema”, subraya su hijo.

Un líder multifacético

A la par de su desempeño en el campo deportivo y de su trayectoria como empresario, el ingeniero Rumenos Scander Scander supo encontrar espacios diversos, desde los cuales seguir aportando a su ciudad. Siempre en esa misma línea, fue regidor de obras públicas en el Concejo Provincial de Chiclayo, entre los años 1978 y 1980, así como presidente del Rotary Club de Santa Victoria y del Jockey Club de Chiclayo. Más adelante, también sería miembro de la Legión de Honor Héroe Capitán FAP “José Quiñones Gonzales”.

Tampoco dejó de lado el compromiso con sus colegas profesionales, al ser miembro de la directiva del Capítulo de Ingenieros Civiles del Colegio de Ingenieros del Perú - Lambayeque, así como vicedecano de dicha orden profesional, en el periodo 1981-1982. También llegó a ser vicepresidente de la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO), de 1983 a 1984, y presidente del Consejo Regional de Cooperación con la II Región de la Policía Nacional del Perú, rol que asumió a partir del año 1995.

Dentro del rubro hotelero, Rumenos Scander lideró también el grupo de 25 empresarios que, en noviembre del año 2000, constituyeron la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Lambayeque (Ahora Lambayeque). De igual modo, llegó a ser miembro directivo de la Asociación para el Desarrollo del Turismo (ADT).

El señor Scander Scander nunca dejó de mostrar la misma energía y el mismo semblante optimista que era su marca personal en cada trabajo que realizaba.

Su destacado trabajo, al mismo tiempo, lo hizo merecedor de distinciones como el premio CTAR Lambayeque “Homenaje a la Excelencia”, también en el año 2000, y la Medalla de la Ciudad de Chiclayo “en mérito a la labor desempeñada como Presidente del IPD - Lambayeque”, en el año 2001.

En junio del 2004, Rumenos Scander asumiría como presidente del Consejo Directivo del Proyecto Especial Olmos Tinajones (Peot), un cargo que desempeñó con ilusión hasta el final de sus días.

Una pérdida temprana

El lunes 12 de septiembre del 2005, una luz radiante se apagó de súbito para el departamento de Lambayeque. Durante las primeras horas de aquel día, a causa de un repentino ataque al corazón, dejaba de existir el ingeniero Rumenos Scander Scander, a la edad de 56 años. Por entonces, además de sumar éxitos como presidente del Peot, se encontraba entusiasmado con la próxima realización del Mundial de Fútbol Sub-17, con Chiclayo como una de las sedes, gracias a su incansable aporte en la comisión respectiva.

Su partida tomó por sorpresa y dejó consternada a la comunidad lambayecana. Después de todo, el señor Scander Scander nunca dejó de mostrar la misma energía y el mismo semblante optimista que era su marca personal en cada trabajo que realizaba. Al día siguiente de su deceso, todos los periódicos locales hacían eco de la terrible pérdida. Y acompañando la tristeza inconsolable de su familia, una gran cantidad de ciudadanos se dieron cita el día de su funeral para darle el último adiós al exdirigente deportivo.

“Lo velamos en la iglesia del Colegio Manuel Pardo y la fila de flores daba la vuelta a la cuadra. Después, para la misa de cuerpo presente, como la gente no alcanzaba en la iglesia, la hicimos en el coliseo del Manuel Pardo, el cual se llenó. Era impresionante”, recuerda Rumenos Scander hijo.

Durante el sepelio, el heredero del señor Scander fue quien agradeció a la multitud por su compañía en esta dolorosa despedida, la cual afrontó junto a su madre, la señora Magaly, y sus tres hermanas, Margorie, Lisseth y la entonces pequeña Fadia. Simón, su abuelo, también estuvo presente, al igual que sus tres tíos y, por supuesto, la madre del recordado ingeniero, Mariam. Ella, quien por entonces se encontraba en Líbano, a donde había regresado después de 50 años, tuvo que volver al Perú de emergencia, junto a don Juan, para ver enterrar a su hijo.

La vida de Rumenos Scander Scander se había apagado, marcando para siempre la de su familia, sus amigos y, en suma, la de todo un departamento. Pero si bien la muerte había impedido que el empresario viera cristalizados sueños como el Proyecto Olmos, cuyas bases quedaron sentadas durante su gestión, su lamentable partida nunca logró impedir que su legado perdure.



El legado de Rumenos Scander

Cuando al hijo de don Rumenos le preguntan sobre la gran responsabilidad que conlleva seguir los pasos de su padre, sonríe con tranquilidad y responde: “Lo puedes tomar como una sombra muy grande, pero también como un reto. A mí me llena de orgullo que gente de toda clase social, cuando le doy mi nombre, me diga: tú papá ha sido un tremendo señor. Me pasa bastante seguido y, te diría, con gente que no te imaginas. Eso me parece súper bonito y, ahora que soy padre, pienso en lo genial que sería que lo mismo pueda pasarle a mis hijos en un futuro. Es muy motivador”.

Sin duda, esa misma motivación, inspirada por el trabajo de Rumenos Scander Scander, es la que debe haber llevado a muchos jóvenes a iniciarse y perseverar en el deporte, al entrenar en los espacios que él ayudó a construir, al participar en alguno de los muchos campeonatos escolares realizados durante los noventa o al presenciar

“

Lo destacado de esta historia es que mi papá llegó a un punto y dijo: bueno, hasta aquí, porque el dinero no trasciende y ahora yo quiero hacer algo que realmente trascienda.

165

Rumenos Scander Doig
sobre su padre

con gozo alguno de los partidos que se realizaron gracias a su gestión. De hecho, recientemente, en septiembre del 2021, reabrió sus puertas un remodelado complejo deportivo en Chiclayo, bautizado en honor al expresidente del IPD Lambayeque, “Rumenos Scander”.

En definitiva, desde sus triunfos como basquetbolista del Unión Chiclayo hasta el impulso que dio para sacar adelante un Proyecto Olmos anhelado durante más de ochenta años, la vida de Rumenos Scander sigue siendo una gran lección de amor por parte de un niño libanés con corazón lambayecano que creció en medio de dificultades y que nunca dejó de aportar a la ciudad que lo acogió.

Al mismo tiempo, es un claro ejemplo de cómo un empresario puede dejar huella sin limitarse a los logros económicos o financieros. “Cuando eres empresario, puedes llegar a un punto en el que siempre quieres ganar más y más; sin embargo, lo destacado de esta historia es que mi papá llegó a un punto y dijo: bueno, hasta aquí, porque el dinero no trasciende y ahora yo quiero hacer algo que realmente trascienda”, concluye el hijo de don Rumenos Scander Scander.





Restaurante Fiesta

Familia Solís Cruz

En la búsqueda de la Excelencia: La Receta de un Referente Gastronómico

167

Aunque su padre falleció hace mucho tiempo, don Alberto Solís nunca dejó de tenerlo en su memoria. Recuerda que, de niño, algunas veces solía acompañarlo al Mercado Central de Chiclayo a comprar los insumos para el restaurante que tenía don Moisés, su padre, en el corazón de la ciudad: La Prestigiosa “Sala Bolívar”. Ya sabían a qué proveedor acudir, pero cuando su única opción era buscar en otra parte y el vendedor les decía que el producto que necesitaban era más caro, don Moisés, pensando antes que nada en sus clientes, decía: “No te he preguntado el precio”.

Esta pasión por ofrecer siempre lo mejor es algo que don Alberto replicaría, como una regla de oro, muchos años después en su propio restaurante de comida tradicional lambayecana. Curiosamente, antes de eso, pasaría por muchas experiencias alejadas del mundo de la gastronomía, pero que, como bien recalca, sumaron mucho en su vida.

“No me quejo de nada de lo que he hecho, porque todo me ha servido”, dice ahora el creador de Fiesta, Marca que junto a su esposa Bertha Cruz y sus cinco hijos, han logrado convertir en todo un referente del buen sabor, de la exquisitez y la buena atención.

Pionero de la calidad en el servicio

“Somos católicos, creemos en Dios, con la claridad que el don del trabajo es lo que engrandece al hombre y por ende a las empresas. Nada cae del cielo, somos conscientes que con nuestras fuerzas e inteligencia somos capaces de lograr el éxito. Conceptos que desde sus inicios hemos inculcado a nuestros hijos”, afirma Alberto Solís Serrepe. La base de todo lo que “Fiesta” ha logrado en sus casi cuarenta años de existencia, reside en él, doña Bertha y sus hijos. Según relata don Alberto, estos últimos se integraron al negocio familiar desde que estaban en la secundaria. Hoy, todos convertidos en profesionales, tienen una participación importante dentro de las empresas que conforman el grupo familiar.



Familia Solís Cruz



1983



El 27 de julio de 1983, la familia funda el que, en un inicio, se llamó "Restaurant Típico Fiesta".



1967

Don Alberto Solis se casa con doña Bertha Cruz. En los años siguientes, compran su casa y nacen sus cinco hijos.



1989

Entre 1989 y 1991, fueron invitados por prestigiosos hoteles "5 estrellas" de Lima para dar a conocer su propuesta gastronómica.

1982

Tras quedarse sin empleo, Alberto Solís tiene la idea de abrir un restaurante junto a su familia.

1991

Fundan La Terraza, Restaurant de Luxe.

2010

Alberto Solís recibe el Premio al Adulto Mayor y Emprendedor, a nivel Nacional en el rubro de Restaurador, otorgado por AFP Prima, reconociendo sus 27 años como empresario.

El restaurante, que durante los noventa se denominó Fiesta Restaurant Gourmet, ahora pasa a llamarse Fiesta Chiclayo Gourmet.

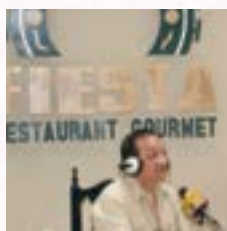


1996

Aperturan el primer restaurante Fiesta fuera de Chiclayo, ubicado en la Av. El Reducto, en Miraflores, Lima.

2004

Inauguran un nuevo restaurante, también llamado Fiesta, esta vez en la ciudad de Tacna. Años después, tendría que cerrar.



2011

Publicación del libro "Lambayeque: la cocina de un gran señor", de Héctor Solís, destacado chef representante de la marca Fiesta.

2008



Comienza a funcionar el restaurante Fiesta en Trujillo, que cosecha éxitos hasta su posterior cierre, en el 2018.

Fiesta ingresa a la lista Summit de los 20 mejores restaurantes del país, dentro de la cual recibe múltiples premios.



2015

Fiesta es incluido en la lista de los 50 mejores restaurantes de Latinoamérica (Latin America's 50 Best Restaurants).

Fundan El Rancho del Conde, dedicado a la crianza de animales y a la creación de nuevos productos.

“

No me quejo de nada.
Todo lo que he hecho
en mi vida, me ha
servido mucho.

Alberto Solís

Merece resaltar que, en esta historia de excelencia y reinención constante, existe una figura pionera: Moisés Solís Albújar, el padre de don Alberto. Antes de fundar “Sala Bolívar”, don Moisés había dejado Pacora, el distrito de donde era su familia paterna, y probó suerte con distintos negocios, tanto en la provincia de Lambayeque como en Ferreñafe. Hasta entonces, sus antepasados se habían dedicado principalmente al trabajo en el campo, pero él tenía vena de emprendedor. Finalmente, se asentaría en el centro de Chiclayo, en la cuadra nueve de la calle Alfredo Lapoint, antes calle Teatro, frente a la puerta del hasta hoy Mercado Central. En dicho lugar, fundó su famosa “Sala Bolívar”.

Aquél no era el único aspecto que convertía a Moisés Solís en un innovador. Cuenta su hijo Alberto que don Moisés, en los años 50, con su restaurant “Sala Bolívar” en pleno auge, ya practicaba el valioso concepto de brindar calidad en el servicio, adelantándose a su época y dándole a su selecta clientela lo mejor, con una propuesta totalmente diferenciada y novedosa. Sin duda, un legítimo pionero de esta apreciada actividad.

La historia de “Sala Bolívar”, no obstante, llegó a su fin cuando don Moises sintió que sus fuerzas no le daban para seguir trabajando; sus hijos mayores no estaban dispuestos a continuar su legado, hacia finales de los años 50, mientras que Alberto, el menor y último de sus hijos, recién concluía sus estudios escolares.

El último de los hijos de don Moisés

Alberto, nacido en Ferreñafe, estaba cerca de cumplir los dieciséis años cuando llegó a Lima junto a su padre, quien lo apoyó para postular a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. No ingresó. Tras esto, pensó que lo único que necesitaba era seguir intentando. Grande fue su sorpresa cuando don Moisés le dijo que hasta ahí llegaba su apoyo y que él tenía ahora que buscar la forma de mantenerse por su cuenta. “Si quieres estudiar, verás cómo haces”. Un remezón drástico, pero que finalmente le sirvió para asumir responsabilidades, a tan temprana edad.

Por entonces, uno de sus hermanos que vivía en Lima, Lorenzo, le ofreció trabajar en su imprenta. Lo que necesitaba era contar con una suerte de regente o jefe de personal, alguien que se encargase de poner orden en la empresa. De esta manera, con apenas dieciséis años, Alberto se convirtió en el jefe de un grupo de más o menos treinta obreros, con edades que oscilaban entre los veinte y cuarenta años. El último de los hijos de don Moisés aprendería así, la importancia del manejo del personal.

- Ese concepto y experiencia ganada a tan temprana edad ha sido clave, columna vertebral de mi éxito empresarial. Las buenas relaciones con los trabajadores.

- ¿Y cómo se consiguen esas buenas relaciones?

- Reconociéndoles sus derechos, dándoles el trato que merecen; pero al mismo tiempo, aplicando la disciplina laboral y exigiendo el cumplimiento de sus obligaciones y responsabilidades.

El acercamiento con los trabajadores, atender sus necesidades urgentes, fue el primer paso para que el joven vástago de don Moisés superase el inicial escepticismo de los obreros y empezara a entablar buenas relaciones dentro de la imprenta. Ya en estos inicios, su pensamiento consistía en que a un trabajador no se le debe considerar como un número.



El deseo de seguir superándose

Una serie de conceptos que don Alberto ha ido manejando en su vida, lo han conducido definitivamente por el camino del éxito. Confiar en la razón y su buen criterio, así como una gran capacidad para escuchar, le permitió tener éxito en la imprenta de Lima. Tres años después, cuando tenía diecinueve, volvería a Chiclayo porque doña Luisa, su madre, lo necesitaba.

¿Qué tanto había cambiado el joven Solís con toda la experiencia ganada hasta ese entonces? Con su estilo característico, don Alberto responde, haciendo memoria, que mientras los muchachos de su edad “estaban jugando bolitas, trompo o bolero, yo era un señor de cuello y corbata, con prendedor y gemelos”.

Poco después de volver a Chiclayo, su padre le ayudó a conseguir trabajo en una gran tienda de la época: Tiendas Cuglievan, con su slogan “vendemos desde una aguja hasta un automóvil”. En sus oficinas contables se desempeñó manejando el sistema Taylorix, precursor de la computación. Llevaba cuentas de proveedores y clientes,

“

Ese concepto y experiencia ganada a tan temprana edad ha sido clave, columna vertebral de mi éxito empresarial.

171

Alberto Solís

convirtiéndose en un experto. Sin embargo, mientras laboraba, observaba también a la mayoría de trabajadores con muchos años de servicio, pero sin oportunidades de superación. Esto le hizo tomar una determinación: renunciar a ese trabajo al año de haber ingresado, en busca de mejores horizontes.

Buscando trabajo, se presentó al entonces Banco Internacional del Perú, con cola de postulantes que bordeaban los cincuenta. Pensó: “este trabajo tiene que ser mío”. Para eso tenía que demostrar toda su capacidad, conocimientos y experiencia obtenida en su corta edad. Y así fue: en un problema de conversión de moneda extranjera, hizo la operación y además la reversión, colocando al final el reconocido LQQD (lo que queríamos demostrar). Esa fue la llave para abrirle las puertas de ingreso al Banco Internacional. Este trabajo fue determinante para ir descubriendo el camino del éxito.

Familia, en las buenas y en las malas

Cuando don Alberto se casó, en 1967, ya llevaba buen tiempo como trabajador del Banco Internacional del Perú, en Chiclayo.

Doña Bertha Cruz, su esposa, como él mismo dice, es “una mujer de principios”; principios que la pareja se encargaría de transmitir a sus tres hijas y dos hijos, de mayor a menor: María Luisa, Angélica, Luis Alberto, Héctor y Ana. Por aquellos años, en los que el jefe de la familia Solís Cruz trabajaba en el banco, empezaron también a residir en la casa de la avenida Salaverry, cuadra 18, donde tiempo después funcionaría el restaurant Fiesta.

Platos especiales

1. Murike a la brasa, el ceviche caliente que llegó hace más de dos décadas a la cocina del restaurante Fiesta.
2. Cabrito de leche, criado exclusivamente en algarrobales.
3. Pato negro hecho arroz con pato, una receta característica del restaurante Fiesta.
4. Barra principal en el primer piso de Fiesta Chiclayo Gourmet.





Sin embargo, antes de eso, no faltaron los momentos difíciles. Los primeros años de don Alberto en el banco habían estado marcados por buenas experiencias, éxitos y reconocimientos. A los ocho días de haber ingresado al trabajo se produjo una huelga nacional de la Federación de Empleados Bancarios; el banco abrió sus puertas para atender al público y él se batió como los buenos en esta atención por varios días. Su patronal lo premió con reconocimiento dinerario y lo incorporó inmediatamente a la planilla de sus trabajadores. Por cosas de la vida, dicha notoriedad lo llevaría más tarde a asumir cargos de dirigente provincial y después de connotación nacional en la Federación Bancaria. En esta época también decidió postular e ingresar a estudiar Derecho en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque.

En 1977, como respuesta a un paro nacional, el gobierno de Francisco Morales Bermúdez emitió el Decreto 010 que generó el despido de miles de trabajadores, sobre todo, dirigentes sindicales. Alberto Solís recuerda bien el día de su despido; fue el último del plazo que tenían las empresas para despedir, día en que también cumplía años su esposa. Todos se preparaban para la reunión familiar cuando el

“

No se cómo lo hice, pero al final demostré mi capacidad de gran trabajador, siempre con el respaldo de todos mis compañeros.

173

Alberto Solís

notario, a las seis de la tarde, tocó la puerta llevando la carta de despido, generando un ambiente desolador, el mismo que don Alberto recuerda haber hecho cambiar, pues su tranquilidad y el compartir en familia animaron al final ese día.

De hecho, aquel despido fue el inicio de una larga serie de luchas, buscando la reposición en el trabajo. Una lucha que duró alrededor de cuatro años, hasta lograr la reposición en una sucursal del banco en la ciudad de Piura.

Momentos de incertidumbre

Tras insistir hasta lo último con su reposición, el banco le dio dos opciones a don Alberto Solís, o lo enviaban a Piura, o tendría que sumarse al personal del banco en Ica. “La gente me decía, tienes que aceptar o te quedas en la calle”. Con una familia compuesta por cinco retoños, todos muy niños, don Alberto no podía tomarse la situación a la ligera. Finalmente, aceptó trasladarse y trabajar en Piura.

“Vivir en Piura, en esa época, era más caro que vivir en Lima”, asegura el ahora empresario de éxito. En ese entonces, sin embargo, el preocupado padre tuvo que viajar solo, alquilar una habitación en la Ciudad del Eterno Calor y comenzar a laborar. En dicha ciudad, la gente de la Federación de Empleados Bancarios lo recibió con los brazos abiertos, como si estuviera en Chiclayo. “La situación había cambiado mucho, pues después de cuatro años el sistema contable del banco era otro, todo estaba computarizado. No se cómo lo hice, pero al final demostré mi capacidad de gran trabajador, siempre con el respaldo de todos mis compañeros”, refiere don Alberto Solís.

“

Pensaba, ¿qué tienen que encontrar los clientes? Una comida rica, pero antes de la comida rica, un ambiente agradable, limpio, acogedor.

Alberto Solís

La situación económica se iba haciendo cada vez más insostenible. “Había que tomar una decisión urgente, el banco se negaba a restablecerme en la ciudad de Chiclayo y tuve que renunciar al trabajo. Fue un acto de lo más razonable, salí por la puerta grande y en tratos de los más cordiales. Fue en junio del año 82, en pleno Mundial de España”, recuerda el señor Solís.

El nacimiento del Fiesta

Tras dejar su labor en el rubro bancario, don Alberto refiere que hizo unas inversiones en un vehículo y en remodelar y ampliar la casa familiar. Una noche de fines del ochenta y dos, al esposo de doña Bertha se le cruzó una repentina idea por la cabeza: abrir un restaurante.

“A mi esposa le gustaba cocinar, venía de una familia en la que comían rico”, asegura don Alberto. Poco después de tener la idea, le contó sobre su deseo de iniciar un restaurante y le pidió que lo acompañase en este emprendimiento. La respuesta de doña Bertha fue afirmativa y al año siguiente, el 27 de julio de 1983, abrió sus puertas el Restaurant Típico Fiesta, en la misma casa que se habían encargado de ampliar con el paso del tiempo. Y como no podía ser de otro modo, aquel primer día fue una verdadera celebración con música y sabrosos platos para los invitados, quienes recibieron con alegría la nueva propuesta.

El nombre mismo del lugar, desde el principio, fue una declaración de intenciones: una fiesta permanente, para la cual una familia se prepara con anticipación y se preocupa por tener todo en óptimas condiciones antes de recibir a los invitados, en este caso a los clientes. “Pensaba, ¿qué tienen que encontrar los clientes? Una comida rica, pero antes de la comida rica, ¿qué tienen que encontrar? Un ambiente agradable, limpio, acogedor”, refiere don Alberto.

Desde su inauguración, el 27 de julio es una fecha de celebración, que en algunas oportunidades se ha realizado hasta con caballos de paso y en un ambiente de verdadera fiesta al lado de sus clientes. Desde sus inicios, el éxito se anunciaba con mucha fuerza.

Un legado que vuelve a florecer

Fiesta había nacido como un restaurante tradicional, que en años posteriores pasaría a llamarse Fiesta Restaurant Gourmet y, a partir del 2010, Fiesta Chiclayo Gourmet. Sin duda, el legado de don Moisés, el legendario creador de “Sala Bolívar”, había vuelto a florecer en el momento más oportuno, aunque esta vez terminaría irradiando a sus cinco nietos de la familia Solís Cruz.

Don Alberto recalca que, incluso desde que estaban en el colegio, sus hijos se sumaron y conocieron de cerca todo el trabajo necesario para mantener en funcionamiento el restaurante.

Actualmente, María Luisa, quien es abogada, nunca ha dejado de estar pendiente del restaurante Fiesta, en Miraflores. Angélica, licenciada en Ciencias de la Comunicación, es la actual Gerente General de Fiesta en Chiclayo (casa matriz). Luis Alberto, administrador, ha tenido un papel clave en ambas ciudades, liderando, en su momento, el local en Tacna (actualmente desactivado) y a la fecha, es el Gerente de



Reservas y Logística del restaurante Fiesta de Lima, labor que desarrolla coordinando con Ana (administradora de empresas), la menor de todos, quien es la actual Gerente General.

Mientras tanto, Héctor, economista de profesión, quien además estudió Cocina, es el Chef Ejecutivo de la marca; reconocido a nivel internacional, representante de la Marca Perú y de la Marca Fiesta en eventos de prestigio como Madrid Fusión, en España. Héctor, en palabras del mismo don Alberto, “hoy en día es uno de los cocineros más famosos y representativos del Perú”.

Una marca en crecimiento

En sus casi cuarenta años de historia, Fiesta no ha dejado de crecer como empresa familiar, pues en julio del año mil novecientos noventa y seis, abrieron un restaurante Fiesta en la avenida Reducto, en Miraflores, Lima. Luego le seguirían Tacna, en el año 2004, y Trujillo en el año 2008. Este último local tuvo que cerrar en el 2018, luego de una década de éxitos en la Capital de la Eterna Primavera, donde fue reconocido

Todos sus restaurantes se rigen con la misma regla de oro que exige calidad en el servicio y con un principio clave: el producto no es negociable.

como el mejor restaurant del departamento por varios años consecutivos. Lo mismo ocurriría con el restaurante en Tacna, que cerró sus puertas por decisión de la Junta General de Accionistas de la empresa.

Con sus esfuerzos centrados ahora, tanto en su casa matriz de Chiclayo como en el local de Lima, la visión de la familia ha dado origen con el tiempo a empresas relacionadas al grupo familiar, pero que operan de manera independiente. Se trata de los restaurantes Picantería de Surquillo (Lima), Picantería del Mar (Pimentel) y Picantería de Santiago de Chile. Todos se rigen con la misma regla de oro que exige calidad en el servicio y con un principio clave: el producto no es negociable.

En el 2011, la experiencia culinaria forjada en el Fiesta quedó plasmada en las páginas de un libro, escrito por Héctor Solís Cruz. Tras la convocatoria hecha por la Universidad de San Martín de Porres, se publicó “Lambayeque: la cocina de un gran señor”, una publicación que fue un éxito de ventas y que recopila una serie de recetas en las que se rescata el valor de la cocina tradicional lambayecana. Un testimonio, en este caso impreso, del aporte que el Restaurant Fiesta ha hecho a la gastronomía regional a lo largo de su historia.

Un restaurante que innova

Pero ¿qué detalles vuelven realmente especial al restaurant Fiesta? ¿Cómo es que, después de tantos años, la gente sigue considerándolo un referente lambayecano?

El día previo a la inauguración de su local, Alberto Solís recuerda que un familiar le preguntó: ¿Y quién va a venir hasta acá? Se refería, claro, a la ubicación de la casa, a veintiocho cuadras del centro de Chiclayo. Esto no amilanó al entonces flamante

Recuerdos memorables

1. Salón principal, segundo piso de Fiesta Chiclayo Gourmet.
2. Zona Coffee Express, Fiesta Chiclayo Gourmet.
3. Premio al Adulto Mayor Emprendedor - AFP Prima. Alberto Solís y su esposa, Bertha Cruz, durante la premiación.
4. Premio al Adulto Mayor Emprendedor - AFP Prima.





empresario. “Si yo hubiera sido un hombre que no tiene convicción, hubiera comenzado mal o, a lo mejor, ahí nomás hubiera desmontado todo”, afirma don Alberto.

No obstante, con esa misma convicción, decidió implementar medidas novedosas dentro de la oferta de comida tradicional, como el atender a puerta cerrada, que le dio al Fiesta un sello de exclusividad aún más atractivo. Esto a la par de un especial cuidado con mantener siempre los ambientes limpios, decorosos y acogedores. Además, optima honestidad con el cliente; cobrándole lo justo por lo recibido durante la atención.

La empresa, a través de cuarenta años, ha sabido mantener un prestigio incommensurable, además de una reinversión permanente que ha hecho que hoy el Fiesta de Chiclayo y el de Reducto, en el distrito limeño de Miraflores, mantengan intacta su calidad y reputación.

“

Si yo hubiera sido un hombre que no tiene convicción, hubiera comenzado mal o, a lo mejor, ahí nomás hubiera desmontado todo.

Alberto Solís

La cocina del Fiesta, cada vez más prestigiada por su constante innovación, permite que los sabores tradicionales de la cocina chiclayana y peruana en general encuentren nuevas formas de combinarse y de ser presentadas, convirtiéndose, con el pasar de los años, en una gran escuela de cocineros. El mero, el langostino jumbo, las langostas, los patos y tiernos cabritos criollos son los productos de todos los días, con los que el restaurante deleita a su exclusiva clientela.

Todo lo mencionado es solo una muestra de los detalles que han convertido al Fiesta en una marca de incalculable valor. Esto aunado al reconocimiento de su importante cartera de clientes de primerísimo nivel, así como al de entidades privadas y públicas, y las innumerables invitaciones para participar en eventos gastronómicos de trascendencia mundial.

Triunfar en medio de la crisis

La excelencia del Fiesta, por supuesto, ha merecido múltiples reconocimientos. Desde que realizaban sus primeros viajes a la capital peruana representando al restaurant, invitados por los mejores hoteles “cinco estrellas” de la época de los ochenta, hasta ser incluidos, a partir del 2015, en la lista de los 50 mejores restaurantes de Latinoamérica (Latin America’s 50 Best Restaurants) que publica la prestigiosa William Reed Business Media.

Mientras tanto, a nivel nacional, Fiesta entró en el 2008 al ranking Summum de los veinte mejores restaurantes del país. Desde entonces, la marca ha sido colmada de reconocimientos a nivel nacional en años consecutivos, en múltiples categorías: Mejor Restaurante de Lambayeque, de La Libertad, de Cocina Regional y Mejor Restaurante de Cocina Tradicional del Perú, así como dentro de los Restaurantes Tops del Perú.

La empresa, a través de cuarenta años, ha sabido mantener un prestigio inconmensurable, además de una reinversión permanente.

Si bien nunca deja de estar agradecido, los premios tampoco le quitan el sueño a Alberto Solís. Él dice que el mejor reconocimiento es el de sus clientes. También sabe que nada se logra sin esfuerzo y que es imposible llegar a lo más alto sin pisar, antes, un primer peldaño. Y en ese camino, por supuesto, nunca faltan las dificultades. “Hemos aprendido a vivir en crisis”, enfatiza el líder del Fiesta. Razón no le falta: el restaurante mismo nació en una etapa complicada para la economía del país e, incluso, el mismo año en que Lambayeque fue azotado por un feroz fenómeno de El Niño.

Luego, en la primera mitad de los noventa, cuando la gente estaba menos dispuesta a salir y gastar en un restaurante, tuvieron una idea que les permitió afrontar el embate sin perjudicar a quienes formaban parte de su equipo. Después de todo, como rememora el señor Solís, si hubo un sector especialmente golpeado en aquella época, ese fue el de las empresas relacionadas con la cocina y el turismo.

La Terraza Restaurant Gourmet fue su respuesta a dicha crisis, un espacio ubicado en el centro de Chiclayo, con una propuesta distinta pero que mantenía su compromiso de siempre con la calidad. Una respuesta que llegó para el patriarca tras ver que cada vez llegaba menos público a su local principal del Fiesta. “Yo tenía un plantel de trabajadores, pero no despedí a nadie. ¿Qué hice? Abrí un restaurant en el centro de Chiclayo”, asegura.

La Terraza, como su nombre lo indica, se ubicaba en un espacio al aire libre, en el cuarto piso de un inmueble de la calle Elías Aguirre. “Llevar a la gente hasta un cuarto piso no es fácil. ¿Cómo la llevas? Con calidad y con precios más económicos, con una carta más simple, pero atractiva”, menciona don Alberto sobre aquella singular experiencia. Cabe indicar que el local funcionó hasta el noventa y cinco, cuando, según indica el empresario, la situación mejoró y decidieron concentrar sus esfuerzos en expandirse fuera de Lambayeque.

El Rancho del Conde

En el 2015, la familia sumó a su lista un espacio distinto: El Rancho del Conde, levantado en el sector Chacupe, carretera a Monsefú, distrito de la ciudad de Chiclayo del departamento de Lambayeque. Es en dicho lugar donde la familia siembra algunos vegetales y, sobre todo, cría sus propios animales. Por supuesto, si la filosofía del Fiesta gira en torno a darle siempre lo mejor al cliente, nada mejor que contar con insumos cuya calidad está asegurada desde la crianza.

“Un terreno inhóspito lo hemos convertido en una belleza”, dice Alberto Solís sobre este lugar al que actualmente llaman Casa Chakupe. Entre los distintos animales que crían en el rancho, el patriarca siente especial orgullo por el cuidado que ponen durante el crecimiento del pato criollo, tradicional dentro de la comida lambayecana. “Nuestro pato lo criamos con productos naturales, como se criaba antiguamente. Hay una diferencia notoria entre un pato criollo de corral a uno de granja”, apunta don Alberto.

Pero, además, este oasis que han concebido les permite manejar una línea de productos que van desde sus cervezas de alta gama La Pelirroja y Oro Líquido, hasta el pisco de alta calidad Chakupe, pasando por su propia marca de vinagre, entre otros productos. Una surtida despensa que, actualmente, ofrecen también al mundo a través de Internet, con mucho éxito.



Tal es la importancia que la familia otorga a la calidad de los insumos. “En la cocina no hay milagros ni magia. La cocina es: producto de primera, insumo de primera, y la mano de un excelente cocinero. Por lo tanto, tampoco hay secretos”, sentencia don Alberto Solís.

Emprendedor incansable

Nacido en 1942, Alberto Solís es un hombre cuyas palabras y gestos irradian una energía envidiable. Actualmente, vive en San Isidro, Lima, pero esto no le impide estar siempre al tanto de lo que ocurre en la casa matriz del Fiesta, en Chiclayo. Después de todo, como él mismo afirma, “este Fiesta, que es el primero de nuestras actividades, es como mi hijo”.

Cada cierto tiempo, y pese a contar con muchas personas que lo apoyan, don Alberto llega a Chiclayo, se hospeda en el Rancho del Conde y visita el local de la avenida Salaverry para cerciorarse de que todo esté siempre en línea con la filosofía del Fiesta.

“

En la cocina no hay milagros ni magia. La cocina es: producto de primera, insumo de primera, y la mano de un excelente cocinero.

Alberto Solís

Esta dedicación, intacta desde el primer día en que funcionó el restaurante, lo hizo merecedor del Premio al Adulto Mayor Emprendedor, otorgado por AFP Prima en el 2010, cuando el hombre de negocios tenía 68 años de edad y cumplía 27 como empresario.

Hoy, a estas alturas de su vida, don Alberto se siente totalmente realizado. Habla con emoción y firmeza por todo lo alcanzado, a la vez que se muestra orgulloso de los logros de sus hijos. “Yo no tengo fortuna en el sentido económico, monetario, pero mi fortuna es la educación de mis hijos”. Además, la vida le ha sido muy grata, al concebirla como el derecho que tiene el ser humano a ser feliz. Con esa misma seguridad en lo que dice y hace, considera que vivir bien, ayudando en lo posible al que lo necesita, es una grandeza.

“Un verdadero restaurante”

Cuando se le consulta por su receta para el éxito, Alberto Solís menciona en primer lugar a su familia, un pilar fortalecido por los principios que han sabido cultivar desde el hogar.

“Lo que yo siempre he cuidado es que, dentro de mi familia, de mi núcleo familiar, todos sean gente honorable, decentes, trabajadores y de buenos principios. Nosotros no podemos subir un escalón pisoteando a alguien”, detalla.

A esto, agrega, se suma la sabiduría para reinvertir sus ganancias en lugar de acumularlas. “Nunca hemos tenido la idea de acumular dinero, sino de que nuestras utilidades se reinviertan. Así estamos, primero, asegurando nuestro patrimonio y,

Recuerdos memorables

1. Alberto Solís en entrevista para RPP.
2. Atención durante evento de juramentación del Gobierno Regional de Lambayeque, en el Bosque de Pómac, Ferreñafe.
3. Inicios del Restaurant Típico Fiesta.



“

Lo que yo siempre he cuidado es que, dentro de mi familia, de mi núcleo familiar, todos sean gente honorable, decentes, trabajadores y de buenos principios.

Alberto Solís

segundo, dándole al cliente, que es la razón de ser de todo negocio, siempre lo mejor”, expresa.

El otro punto clave para don Alberto es algo que él llama “lealtad con el cliente”. Darle lo mejor y ser transparente con el público, lo cual no solo tiene que ver con quienes llegan a disfrutar de una buena comida en el Fiesta, sino, y sobre todo, con quienes trabajan en el restaurante.

“Yo digo: antes que fidelizar a un cliente hay que fidelizar al trabajador. ¿Cómo puedes fidelizar a un cliente si no has fidelizado a tu trabajador, quien prácticamente es la cara de tu negocio?”. En otro momento, el dueño del Fiesta señala que, para lograr este compromiso por parte del personal, recurre a lo aprendido alguna vez cuando tenía apenas dieciséis años y debía dirigir a un grupo de trabajadores que le superaban en edad: respetar sus derechos, reconocerles lo que les corresponde y brindarles el espacio idóneo para realizar sus actividades, con la debida disciplina laboral y una política en la cual se les exige un trabajo de calidad.

Alberto Solís, entonces, puede dar fe que todo lo aprendido en la vida sirve de mucho. En cada sede, el Fiesta recibe a sus invitados, los clientes, y estos pueden estar seguros de que recibirán el mejor servicio. Y aunque su padre, don Moisés Solís, partió de este mundo durante los años setenta, quizás sin imaginar que su hijo seguiría sus pasos, el legado del creador de “Sala Bolívar” se mantiene y sigue expandiéndose desde que don Alberto tuvo la idea de abrir un restaurante.

Hoy, cuando a don Alberto se le pregunta qué es el Fiesta, su respuesta es inmediata: “Un verdadero restaurante”.

La Historia en EY

Construyendo **mejores** empresas,
aprendiendo del pasado



Ñaimlap



El Tahuantinsuyo de los Incas



Quipus y Quipucamayoc



Vida y obra de Fray Martín de Murua



La niña de los 500 años



Florencia y el Renacimiento

OTRAS PUBLICACIONES

Historia y legado de **familias empresarias** peruanas



Pasión por La Libertad



Ari quepay, aquí nos quedamos
Edición I



Ari quepay, aquí nos quedamos
Edición II

En EY Perú, hoy somos más de 2,000 colaboradores, trabajando en 5 oficinas en todo el país, bajo el propósito común de construir un mejor mundo para los negocios. Por ello, brindamos servicios profesionales de alta calidad que contribuyen al desarrollo de las empresas, y en consecuencia, al crecimiento de sus colaboradores y comunidades en las que operan.

Llegamos al Perú hace más de 60 años y desde entonces no hemos parado de trabajar por el desarrollo de un país con potencial, que ha sabido sobrellevar la adversidad y aprovechar las oportunidades. Hemos sido parte de la historia de un Perú con ganas de salir adelante y ser mejor.

Muestra de ello son las 10 familias y sus historias de emprendimiento que comparamos a través de este libro. ¿Qué tenemos en común con estas familias? Las ganas de construir un Perú mejor. ¿Cómo? apoyándolos a capitalizar las oportunidades a través de nuestras capacidades en Auditoría; Consultoría; Asesoría Tributaria, Laboral y Legal; Estrategia y Transacciones; Gobernanza; y Sostenibilidad; con el objeto de hacer realidad su sueño emprendedor y un mejor futuro para su región.





La Industria

EL GRAN DIARIO DEL NORTE desde 1952

Como una institución forjada en el quehacer y las buenas prácticas periodísticas a lo largo de las décadas, La Industria de Chiclayo es un medio de comunicación tan vinculado a Lambayeque, que forma parte de la vida y del sentir de cada residente de estas tierras norteñas.

Fue el abogado, periodista y empresario peruano Don Miguel Félix Cerro Guerrero, quien en 1952 fundó La Industria de Chiclayo. Don Raúl Fernández Amunátegui fue el primer director periodístico del medio. El día en que se imprimió y distribuyó por primera vez La Industria de Chiclayo, fueron Miguel Cerro y Raúl Fernández quienes salieron a vender los ejemplares por las calles de la ciudad. Su primer comprador, según recoge la historia, fue un señor de apellido Lamadrid.

Con el tiempo, Don Miguel Cerro fue sucedido por sus hijos, Vicente Cerro Cebrián y Miguel Felipe Cerro Cebrián. Desde aquel 17 de febrero de 1952 en que nació La Industria de Chiclayo, distintos directores han tomado la batuta y conducido con firmeza la institución. Tras el deceso del doctor Vicente Cerro Cebrián, acontecido el 10 de diciembre de 1971, la conducción del diario La Industria de Chiclayo quedó en manos de su esposa, Ofelia Moral de Cerro, y de sus hijas, Isabel y María Ofelia.

Sin duda, La Industria de Chiclayo es un nombre ligado desde siempre al vínculo de su familia fundadora con el desarrollo del norte del país. En sintonía con este legado y desde su rol como directora, Doña María

Ofelia Cerro Moral, periodista y empresaria, supo imprimir los valores necesarios para consolidar a la compañía. Asimismo, logró constituirla como un auténtico baluarte de la cultura en la región. En 1978, fundó Lundero, el primer suplemento cultural que llegó a publicarse fuera de Lima y cuna de la vocación literaria de muchos escritores y periodistas.

De esta manera, se continuaba con el trabajo por la cultura y la educación que el fundador, Don Miguel Cerro, había comenzado y que se vio también reflejado en iniciativas como el suplemento Dominical del diario o el programa periodístico de corresponsales escolares.

Si bien Doña María Ofelia Cerro Moral partió hacia la eternidad en abril del 2016, su recuerdo y sus ideales permanecen intactos hasta la fecha. Su huella imborrable es la que guía el trabajo de cada integrante del equipo de La Industria de Chiclayo, un diario que sigue y seguirá estando presente en el corazón e historia de Lambayeque.

Diario La Industria de Chiclayo

Gerente General:

Beatriz Middleton Paico

Director Periodístico (i):

Edgar Solís Yturregui



17 de febrero se publica y distribuye por primera vez, Miguel Cerro (fundador) y Raúl Fernández (director periodístico) salieron a las calles a vender los ejemplares.

17 de febrero se publica por primera vez en Sistema Offset, pasa del Linotipo a ser uno de los primeros periódicos a nivel de Sudamérica impreso en este sistema.

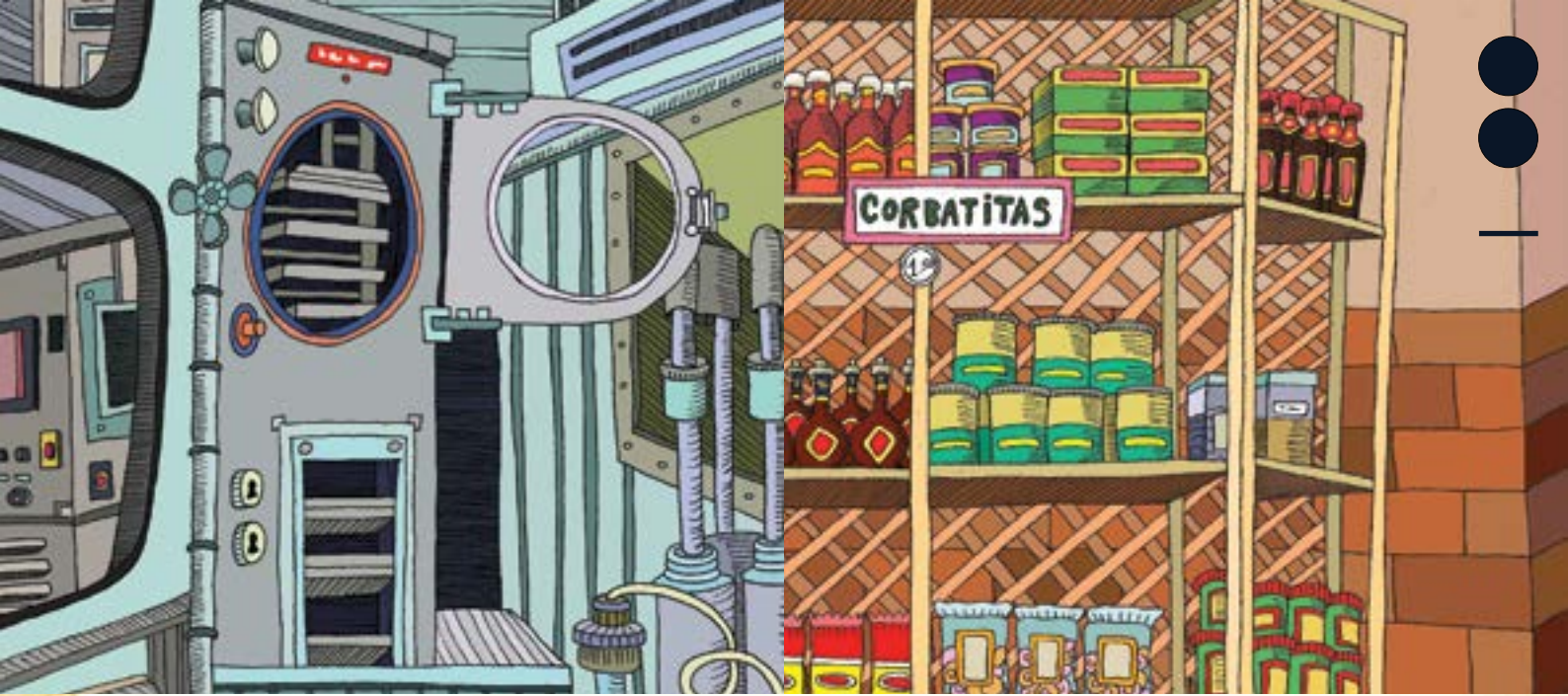
En la década del 70 se adquirió el Photon, una moderna y veloz máquina para la composición de textos, completamente electrónica.

La empresa cumple 25 años. Se editaron hasta seis suplementos en una edición especial.

El 30 de abril sale a la luz el primer número del Suplemento Cultural Lundero, dirigido y editado por la señora María Ofelia Cerro Moral.

Se inaugura la nueva planta de producción propia en local de la calle Panamá.

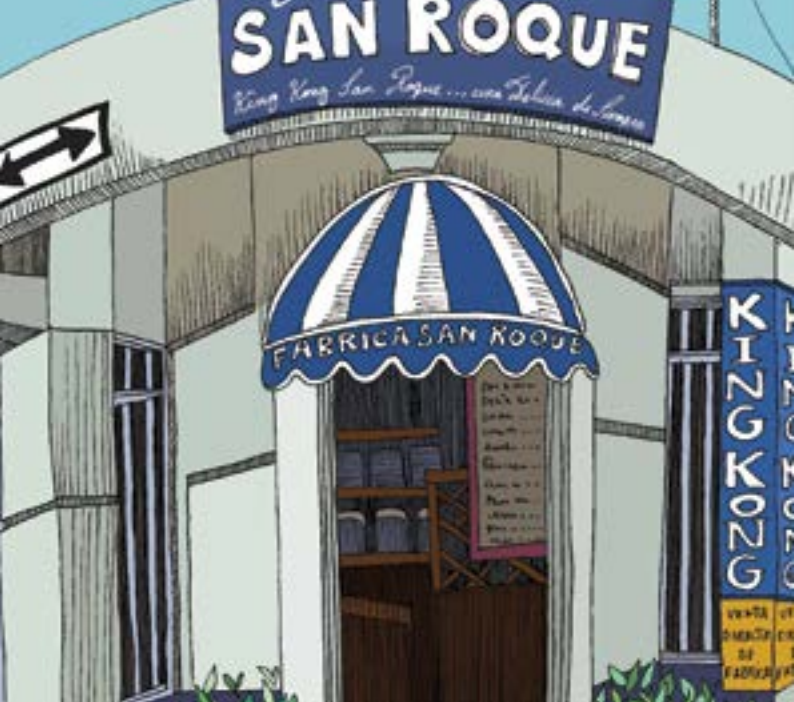




AGRADECIMIENTOS

Beatriz Middleton
Carolina Núñez
Edgar Solís
Fernando Núñez
Jaime L. Solórzano
Jorge Andrés Ruíz
Karla Ramírez
Luis Felipe Chancafe
Lissy Olano
Miya Mishima
Paulo Pantigoso
Olenka Frías







¡Viva Lambayeque! Tierra de emprendedores

Lambayeque proclamó su independencia un 27 de diciembre de 1820, convirtiéndose así en la primera ciudad del Perú en realizar esta hazaña. Más de 200 años después, esta ciudad continúa reflejando el liderazgo y pasión de sus pobladores de antaño, en donde podemos ver cómo confluye lo antiguo y moderno en cada rincón de sus calles; una ciudad que alberga familias y empresas con una larga trayectoria y que forman parte de su historia, dejando un legado en la región.

La obra “Viva Lambayeque: Tierra de Emprendedores”, cuenta la historia de 10 familias empresarias de la región y busca hacer un homenaje a estos empresarios que a través de su esfuerzo, trabajo y capacidad de resiliencia han salido adelante, enfrentando adversidades, siempre con un sentimiento profundo de arraigo y un amor especial a la región Lambayeque y a su capital Chiclayo.

Al leer cada una de las historias recogidas en este libro, reconocemos el trabajo, perseverancia y pasión de las familias empresarias de Lambayeque. Testimonios cargados de valiosas anécdotas, aprendizajes y lecciones de vida, que han dejado huella y servirán de motivación para las nuevas generaciones de emprendedores de la región y de todo el Perú.

En EY Perú y Diario La Industria sabemos de la importancia de conocer y aprender de la historia para afrontar con mejores herramientas el presente y futuro. Conocer la gesta de estas diez extraordinarias familias, nos concede la oportunidad de extraer lecciones muy valiosas para los negocios, pero también para la vida misma. ¡Viva Lambayeque!

ISBN: 978-612-5043-20-7



9 786125 043207