

# Radaremprendedor

— La vitrina de tu negocio —

**LA AMAPOLA: REPOSTERÍA DE AMOR Y TRADICIÓN**

**PARIV, JOYERÍA ARTESANAL QUE DEJA HUELLAS**

**ONISM: EMOCIONES Y ENCANTO EN UNA SOLA MARCA**

**EDICIÓN AMOR Y MARKETING**

# COMO VA

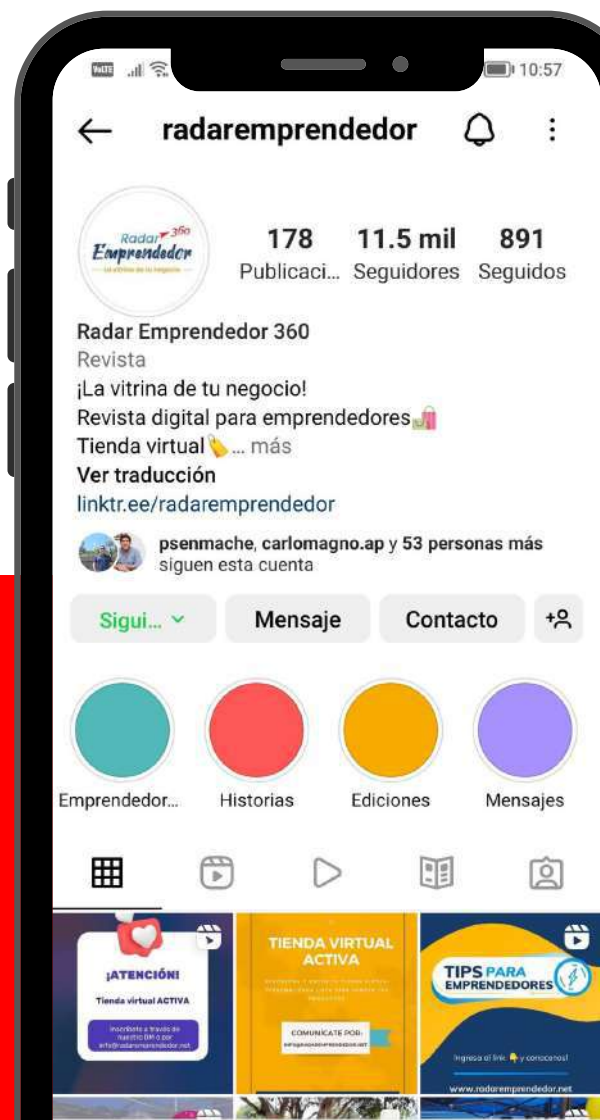
En esta edición:  
Editor/Redactor: Carolina Guzmán Duclós

Colaboraciones:  
Lovelis Díaz, Disfruta el Proceso.  
Miguel Castillo, Identidad Creativa.  
Oscar Gonzales, Consorcio Digital  
Alfredo Marcano, 202 Producciones.

- 03** NOTAS DEL EDITOR
- 04** LA AMAPOLA: REPOSTERÍA DE AMOR Y TRADICIÓN
- 05** PARIV, JOYERÍA ARTESANAL QUE DEJA HUELLAS
- 06** ONISM: EMOCIONES Y ENCANTO EN UNA SOLA MARCA
- 08 - 10** NOTIEMPRENDE
- 12** APOYO AL EMPRENDEDOR
- 14 - 15** ESPECIAL
- 16 - 19** GUÍA DEL EMPRENDEDOR

## CONTACTO:

-  [www.radaremprendedor.net](http://www.radaremprendedor.net)
-  [info@radaremprendedor.net](mailto:info@radaremprendedor.net)
-  [@radaremprendedor](https://www.instagram.com/radaremprendedor)
-  [@radaremprendedor](https://www.facebook.com/radaremprendedor)
-  [+51 962 354 774](https://wa.me/51962354774)



# NOTA DE LA EDITORIA

Carolina Guzmán Duclós



¡El amor está en el aire y San Valentín, a la vuelta de la esquina! Te guste o no te haga ninguna ilusión, es una fecha importante para las marcas.

Como marca, aprovechar crear contenido generado por los usuarios. Este tipo de contenido presenta una oportunidad excelente para generar la confianza del consumidor y reforzar las relaciones con tus clientes.

Imagina una campaña de San Valentín que reúna fotos de las parejas más lindas. Los participantes tienen que compartir sus fotos y obtener la mayor cantidad de votos para tratar de ganar su noche de San Valentín: una cena a la luz de las velas, una noche en un hotel de lujo, entre otras.

Conecta siempre y aprovecha conseguir engagement con tu audiencia o impactar a tus clientes

El amor y las oportunidades están en el aire, depende de ti que sepas sacarle el máximo provecho para que tu marca y su audiencia puedan hacer match. No te quedes atrás y busca nuevas oportunidades para fidelizar a tus clientes con campañas de marketing de impacto.

**“El marketing no es el arte de vender lo que uno produce, sino de saber qué producir”, Philip Kotler.**

# LA AMAPOLA: REPOSTERÍA DE AMOR Y TRADICIÓN

Ana Romero Chacón, una talentosa emprendedora venezolana que aprendió que la palabra rendirse no forma parte de su vocabulario y le permitió transformarse y crear la dulce marca de “La Amapola”, que en muy poco tiempo ha sabido posicionarse en el público gracias al amor que pone en cada dulce que realiza.

## ¿Cómo inició tu emprendimiento y en qué consiste?

Oriunda de Caracas, Venezuela, Ana cuenta que este es su intento número 5 de emprender formalmente en Perú, “esta vez la motivación surgió de mi situación actual, el año pasado mi mamá fue diagnosticada con Cáncer, fue un año muy duro y producto de ese episodio - gastos - deudas, decido emprender y hacerlo justamente con las recetas de mi mamá, que siempre que tenía un tropiezo financiero, vendía tortas a sus vecinos y amigos. Así que dije: hagamos lo que mejor se hacer, vender las tortas/kekes de mi mamá”.

## ¿Cómo fue el proceso de emprender?

La idea surgió como te comenté, pero necesitaba hacerlo atractivo, definir realmente cuál era mi propuesta de valor, en un mercado tan exigente como el comensal peruano, así que comencé horneando todos los formatos, haciendo probar a mis amigos y conocidos, hasta que llegue a este formato de loaves/loaf, que englobaba todo lo que quería ofrecer en un producto: rico, atractivo y asequible. Todo esto sucedió en 3 semanas, justo antes de navidad, comencé con pequeñas bandejas de aluminio y en menos de 15 días ya estaba comprando 200 cajas, 1000 stickers, una línea telefónica para el negocio y formalizando una SAC, todo gracias al apoyo de muchas personas con las que estoy agradecida.



**“Emprender no ha sido fácil, pero si es gratificante saber que tu producto gusta y deja huellas, La Amapola está conformado por mí, quien como todos al inicio cocino hasta diseño, pero agradezco tener un grupo enorme de amigos que me apoyan desde el primer día y se han convertido en embajadores de mi marca”, cometa Romero.**

## ¿Qué ha significado para ti emprender?

Romper con mis miedos y pensamientos limitantes, reordenar mis tiempos y sacar el máximo de mi energía porque tengo otro empleo en paralelo.

## ¿Qué mensaje le darías a quienes están empezando?

Yo también estoy empezando (una vez más) así que les diría que se atrevan, que no sientan vergüenza de pedir ayuda, que usen su red de contactos y que amén lo que hagan por más chiquito que sea, pero sobre todo, que no hay un número de intentos límite, que lo intenten MILES DE VECES hasta que salga y se haga realidad.



# PARIV, JOYERÍA ARTESANAL QUE DEJA HUELLAS

Desde su llegada a Perú en el 2018, Rebeca Lobo, oriunda de Mérida, Venezuela buscó la forma de emprender con varias ideas hasta dar con la idea correcta: FunnyBlend.

Rebeca nos cuenta que “emprender ha sido lo mejor que me ha pasado ya que puedo dejar fluir mis ideas tal como las deseo, sin tener la limitación de un jefe que me imponga cosas o simplemente no le de el justo valor a mi esfuerzo”.

## ¿Cómo inició tu emprendimiento y en qué consiste?

Mi emprendimiento nació en agosto de 2020, durante la pandemia gracias a que ofrecía mis servicios como estilista a domicilio y muchos clientes me solicitaban cambios de look en colores fantasía y cuando iba a comprar tintes no encontraba variedad de colores así que me junté con una amiga que me enseñó sobre la preparación de productos naturales para el cabello y comencé a trabajar en la fórmula para encontrar un producto que hidratara el cabello pero al mismo tiempo le diera colores hermosos y variados que no conseguía.

## ¿Cómo fue el proceso de emprender?

Fue un proceso frustrante, agotador y solitario, ya que, cuando hablaba de lo que estaba comenzando mucha gente no creía o simplemente por el estigma de no gustarle el cabello de colores hacia malos comentarios y me costó un poco entrar al mercado a vender los productos, sin embargo, siento que mi mayor virtud es que soy muy resiliente y no me rendí.

## ¿Qué ha significado para ti emprender?

Para la diseñadora, emprender es tener la decisión de llevar a la práctica una idea de negocio, es decir, crear una empresa y llevar a cabo la producción de un producto o prestación del servicio, convertir la intención en acción para cumplir un sueño.

## ¿Qué mensaje le darías a quienes están empezando?

Rivas comenta que sin importar quien sea si tienen ganas pueden lograrlo, es lo mejor que pueden hacer, “hay que tener mucha paciencia, creer en un mismo. Tener un negocio propio tiene la gran ventaja de que depende solamente de ti. Por lo que si eres bueno y estas preparado en algo tienes muchas posibilidades de que puedas sacar un emprendimiento adelante”.



# ONISM: EMOCIONES Y ENCANTO EN UNA SOLA MARCA

Migrar ha traído cosas positivas al Perú, entre ellas el desarrollo creativo de nuevas marcas como la creada por la venezolana Celene Oropeza, "Onism", que mezcla pasión, enigma, emoción y encanto mientras promueve la moda sostenible.

La talentosa diseñadora nos cuenta que su emprendimiento inició hace más de 8 años, específicamente en el 2014 en Caracas, Venezuela.

"En ese entonces empecé con una venta de garaje llamado Something, en donde vendía ropa de segunda mano y de ahí se transformó en mi primera firma de ropa conocida como Cleo, que luego de muchos cambios y transiciones es ONISM, mi marca de ropa que ya cuenta con una tienda de diseño local en Miraflores", aseveró Oropeza.

## ¿Cómo fue el proceso de emprender?

El proceso de emprender ha sido largo, repleto de cambios y aprendizajes, muchísimo trabajo duro y determinación.

"Mi emprendimiento no nació en pandemia pero gracias a ella pude renunciar a mis antiguos trabajos y dedicarme 100% a mi sueño, donde cada prenda tiene una parte de mi esencia", dijo.



## ¿Qué ha significado para ti emprender?

"Emprender ha significado confiar en mí y en lo que he ido aprendiendo, ha sido creer tanto en mis sueños y en mi proyecto que ni los momentos más difíciles me han alejado de ellos. Mi marca ha sido desde el 2014 mi mayor motor", dijo la diseñadora.

Onism, es una marca donde cada prenda es original, única, sostenible y con materia prima 100% peruana que busca dejar su huella con cada producto que realiza.

## ¿Qué mensaje le darías a quienes están empezando?

Que no tengan miedo, y si lo tienen que no dejen que eso los detenga. Qué hay que tener garras para emprender y crecer, y que si ya ese sueño vive en ellos es porque son perfectamente capaces de cumplirlos. Por último les diría que seguro se van a equivocar mil veces, pero que de cada equivocación vendrá un aprendizaje mayor.

Radar  
**Emprendedor**

— La vitrina de tu negocio —

**VISIBILIZA TU  
NEGOCIO**

**COMUNÍCATE  
CON NOSOTROS**

**SOLICITA TU CATÁLOGO**

Radar Emprendedor Magazine

Cuenta de empresa de WhatsApp



**¡ESCRÍBENOS  
YA!**

Este código para iniciar un chat  
app con Radar Emprendedor  
Magazine.

  **@Radaremprendedor**  
[www.radaremprendedor.net](http://www.radaremprendedor.net)

CON LA COLABORACIÓN DE:



## HACER MARKETING EN ENERO NO ES FÁCIL

# ¿CÓMO USAR EL MARKETING PARA SUPERAR EL «BAJÓN» DE ENERO?

Se han terminado las fiestas decembrinas y ya casi enero llega a su fin. Esta fecha también marca una suerte de “bajón” en los hábitos de consumo de los usuarios, ya que la temporada más alta de las compras suelen ser las navidades y fechas aledañas. Sin embargo, no todo es malo: aquí te contamos cómo diseñar estrategias especialmente pensadas para que estas fechas no te tomen por sorpresa.

### ENERO DE PROMOCIONES

Los consumidores saben que en enero los comercios, marcas y tiendas online suelen poner algunas ofertas o promociones, así que aún no se presenta un bajón tan grande en las ventas. Sin embargo, ya en febrero las cosas pueden cambiar: es uno de los meses más difíciles en ventas de todo el año.

Una buena estrategia para febrero puede ser empezar a anunciar en enero, junto con los productos que se encuentren en promoción, lo que se viene para la nueva temporada.

### SOLUCIONES

Una excelente estrategia a usar será motivar a los compradores a adquirir productos o servicios que de una u otra manera aporten soluciones y traigan bienestar a sus vidas. Aquí es importante que las estrategias estén orientadas a empatizar con los consumidores y señalarles los beneficios que podrán obtener.



## HACER MARKETING EN ENERO NO ES FÁCIL

# ¿CÓMO USAR EL MARKETING PARA SUPERAR EL «BAJÓN» DE ENERO?

### CAPTAR NUEVOS USUARIOS

Aunque la temporada sea “baja”, esto no significa que los consumidores no estén presentes siempre. Pensando en ello, es conveniente que la comunicación se aliente mucho más incluso. Una campaña enfocada a que los consumidores sepan que la marca está ahí, mostrando sus beneficios y sus oportunidades, hará mucha mayor vinculación con el cliente una vez que llegue la temporada “alta”.

### ENTENDER AL PÚBLICO

Esta temporada baja es perfecta para aguzar los sentidos y entender mucho más qué es lo que quiere la audiencia. Es una excelente oportunidad para idear contenidos más atractivos y diseñar maneras de interactuar con los clientes, potenciales y fieles.

### PENSAR A FUTURO

Lo cierto es que en marketing siempre hay que ir un paso adelante: es necesario para sobrevivir, tener un plan detallado y específico. Entonces, prepararse sabiendo que las ventas bajan en ciertas temporadas, es pensar también en lo que está por venir. De acuerdo al tipo de servicios o productos que cada empresa posea, se diseñarán las diferentes estrategias acopladas al plan general de marketing.

En todo caso, es importante que cada empresa posea un plan de marketing que se adapte a sus propias necesidades y con sus propios objetivos y estrategias. Esto ahorrará no sólo tiempo y dinero, sino que permitirá una utilización optimizada de los recursos y una mejora sustancial de los resultados.



# MARKETING:

## EL ARTE DE SEDUCIR Y ENAMORAR A TU CLIENTE

Tradicionalmente, el marketing ha sido una disciplina que sólo las grandes empresas podían ejecutar con excelencia. Los estudios de mercado, el análisis de datos, los focus group, o las grandes promociones eran tácticas extremadamente caras.

Pero el universo digital ha democratizado el acceso a la información, y ahora tú también puedes aplicar las técnicas del marketing para conocer la magnitud de tu mercado, analizar sin coste los datos de tu negocio, y acceder a miles de herramientas que te permitirán hacer crecer tu negocio a precios más que asequibles.

Tu marca tiene el poder para enamorar a tus clientes, pero también si no controlas el marketing de tu marca, no te vas a comer un roscón en Internet.

Sin una estrategia clara sobre qué decir, a quién y cómo, vas a malgastar tu tiempo y tu dinero tus clientes no se van a enterar de que tu marca existe.

**Dominar el marketing de tu marca es mucho más sencillo de lo que imaginas, sólo tienes que:**

- Entender a tu cliente.
- Saber quién es, qué le gusta y qué no.
- Comprender dónde quiere encontrarse con tu marca.
- Trazar un plan claro de conquista.
- Cumplir las promesas que le has hecho.
- Seguir prestándole la atención que merece.

Asume las riendas de tu marketing es mucho más sencillo de lo que te han contado. Necesitas trazar un plan, a la medida de tus objetivos y recursos, y ponerlo en marcha. Te garantizo que en cuanto lo hagas, verás cómo tu negocio crece al ritmo que tú marques.



## Somos una consultora de Transformación Digital

Sumamos valor en el desarrollo de proyectos digitales de organizaciones con tecnología e innovación digital.

Nuestro equipo cuenta con más de 10 años de conocimiento y experiencia en el desarrollando e implementación servicios digitales, que potencian y hacen más eficientes los proyectos de nuestros clientes.

## Nuestros Servicios

### Servicios en la Nube

- Soluciones cloud a medida
- Soluciones de colaboración y trabajo remoto. (Microsoft Teams, Google WorkSpace)
- Soluciones de backup basados en la nube
- Sistemas de seguridad web
- Certificados de seguridad SSL

### Desarrollo Web

- Aplicaciones Web
- Plataformas de Educación en línea
- Páginas de aterrizaje (landing)
- Páginas webs, Blogs y webs progresivas
- E-Commerce

### AudioVisuales

- Fotografía en 360
- Recorridos virtuales
- Video spots para producto en redes
- Videos institucionales
- Edición y animación de videos
- Voz en Off

#### Cientes



#### Partnership



## SAN VALENTÍN CON ESTRATEGIA

El 14 de febrero es una de las fechas más importantes para los pequeños o grandes negocios debido a su excelente facturación, aunque para algunas personas cause un poco de rechazo por considerarlo una fecha muy comercial.

Indiferentemente de las diversas opiniones que existan sobre esta fecha, como emprendedores nos exige sacar nuestra creatividad al máximo para sobresalir entre las múltiples opciones que hay en el mercado.

En esta edición te regalaré 5 tips para promocionar tus productos en San Valentín:

- Determina qué objetivos quieres lograr con tu campaña de San Valentín.
- Realiza recordatorio de que está próxima la celebración.
- Ofrece descuentos para compras realizadas con anticipación.
- Crear contenido con ideas para tu comunidad, ayúdanos a elegir.
- No te enfoques sólo en las parejas, el amor también se demuestra entre amigos, con la familia y solos (amor propio). Muestras todas tus opciones.

Demuestra amor a tus clientes, ellos también quieren recibir regalitos.

**¡Feliz día de San Valentín! que llueva mucho amor y prosperidad en tu negocio.**

Lovelis Rivas

 IG @disfrutaelproceso @yosoylovelis  
Publicista y creadora de contenido.



# COMPRA ONLINE EN NUESTRA TIENDA VIRTUAL

[www.radaremprendedor.net/tienda/](http://www.radaremprendedor.net/tienda/)



Inscríbete a través de nuestro DM o por  
[info@radaremprendedor.net](mailto:info@radaremprendedor.net)

# SI PATROCINO ¿QUÉ?

POR ALFREDO J. MARCANO

Es bueno recordar aquello que nos emociona, sin duda me remito a unos de los mejores comerciales de la historia, en 1997 NIKE decide vincular su marca al patrocinio del futbol, apuesta por patrocinar a la selección más vistosa del llamado deporte rey: la de Brasil, con sus futbolistas estrella del momento: Romario, Ronaldo, Rivaldo, con un anuncio grabado en un aeropuerto, donde el humor y la vistosidad impregnan un spot, Nike deja sus patrocinios residuales para enfocar su actividad en este campo, a lo grande, revalorizando el componente espectacular de este deporte.

No solo en el deporte vemos lo importante de la marca relacionada con el evento, también en el mundo artístico, actualmente vemos como el reguetonero J Balvin y GUESS, desarrollan la marca Vibras fue la primera colección en la que colaboraron el cantante colombiano y la marca californiana. A su éxito debemos que el tándem se uniera de nuevo otro año para crear GUESS x J Balvin Colores.

Estos ejemplos de colaboración son solo para ilustrar que aun queda mucho que pueden hacer por nosotros la vinculación con los medios y los artistas. Sabemos que cuando comienza una marca, en ese momento que sentimos la palabra emprendimiento respirándonos en la nuca y no nos hace sentir orgulloso, sino que nos recuerda todas las limitantes de comenzar cualquier negocio como lo son: escasas de liquides, inventarios recortados, atraso en pagos a proveedores, problemas de cobranza, falta de ventas, poco dormir, errores y otros. Nos preguntamos siempre cual es la vía exprés para llegar a posicionamiento de mi marca ¿Dónde meto la plata que me hará creer como la espuma los ingresos de mi negocio?

Me encantaría decirte que tengo la fórmula secreta o el santo grial de la inversión, ja ja ja, pero la verdad es que solo te puedo contar como me ha ido a mi y a las mejores marcas en el tema y luego tú, cual asistente a terapia, debe decidir que hacer. Además, si consigues alguien que te diga, que por S/ 1.500, te puede enseñar a facturar S/ 10.000 diarios, siempre pregúntate, que hace dando conferencias, si está perdiendo de facturar eso a diario.

Siempre, puedes transformar en positivo tu inversión en eventos y/o artistas ya que cuando tu marca se vincula a la actividad y esta es un éxito tanto en capacidad del evento como en organización, siempre será percibida tu marca como exitosa, pero si el evento es un fracaso, también arrastra la consecuencia negativa del mismo.

Estar en eventos es una de las formas más rápida de posicionarte, ya que te permite estar junto a un público que admira o quiere a ese artista y/o evento, poder vincularte, te ofrece un puente de comunicación directa con los amantes y consumidores de este. Además, en nuestro mundo torturado y preso de las redes sociales, puedes dar a conocer que como marca estas presente y estar involucrado en las estrategias comunicacionales del evento.

No hay nada más cercano a nosotros que aquello que admiramos o queremos, y en eso está inmerso el mundo artístico, deportivo e incluso educativo.

Para cerrar te daré 3 cosas que debes hacer si vas a patrocinar un evento:

1. Siempre trabaja en equipo con la productora o artista, para tener una comunicación más efectiva del mensaje:

2. Nunca conviertas un patrocinio en un comercial de TV, recuerda que lo que debe brillar es el evento tu estas al lado del artista si sale bien, tu marca estará bien.

3. No compraste un artista, compraste un espacio en el evento del artista.

No hay fórmulas mágicas, pero siempre estudia la trayectoria de la marca y/o productora del evento, pregunta las condiciones y limitaciones del alcance de tu patrocinio, nunca inviertas más dinero del que tienes solo porque eres un fan del artista.

¡El mejor dinero invertido en tu marca es aquel que acerca el reconocimiento y el cariño a la misma!



**Alfredo J. Marcano**  
CEO - 202 Producciones Perú  
@eventomarket @alfredojmarcano

Radar  
**Emprendedor**  
— La vitrina de tu negocio —

# Guía del Emprendedor

¡COMPRA LOCAL!



# Sal y pimienta



## Creaciones Jessika

Panadería  
Contacto: DM  
Lima - Perú  
IG @jessikapanydulces  
Delivery



## Tequeños D'Sophies

Comida venezolana.  
Contacto: +51 912065136  
Lima - Perú  
IG @dsophies  
Delivery/Tienda



## El Rincón Lácteo

Productos lácteos  
Contacto: DM  
Lima - Perú  
IG @Elrinconlacteo  
Delivery



## Maracuyá Pasión

Panadería  
Contacto: +51 955469018  
Lima- Perú  
IG @maracuyapassion.pe  
Delivery

# Dulce pasión



## Rekecheches

Pastelería artesanal  
Contacto: +51 930 934 296  
Lima  
@rekecheches  
Ventas por delivery



## Emma's cake

Tortas y postres  
Contacto: +51 925 624 382  
Lima- Breña  
IG @emmaskess\_  
Ventas por delivery



## Dulce Bettu

Repostería  
Contacto: +51 983 137 392  
Lima  
@dulcebetty\_  
Ventas por delivery



## YvaniFrut

Fresas Cubiertas de Chocolate  
Contacto: DM  
Delivery Lima y Callao  
@YvaniFrut  
Ventas por delivery

# Cuerpo y alma



## Arma Tu Look

Ropa  
Contacto: +51 936934312  
A domicilio - Lima  
IG @armatuloookoficial



## Maylex Goncalves

Especialista en Cejas  
Contacto: 925222936  
Lima - Perú  
IG @maygoncalveslash  
Previa Cita



## Natural's Queen

Productos naturales  
Contacto: +51 989819795  
Todo Lima  
IG @naturalqueen.pe  
Previa Coordinación



## Nadira Esthetic

Estética facial  
Contacto: +51 922 550 002  
Surco - Lima  
IG @nadiraesthetic  
Previa Cita

# Visión y textura



## Inca Garden

Plantas y accesorios  
Contacto: +51 928 946 605  
Lima - Perú  
IG @incagarden.pe  
Previa Coordinación



## Gaia

Moda y Accesorios  
Contacto: +51932711082  
Envíos a todo el Perú  
IG @gaia\_peru  
Delivery



## Capital Bux

Diseño gráfico  
Contacto: +51 972 300 254  
Envío a todo Lima  
IG @capitalbuxgs  
Ventas por delivery



## Happy Dan

Juegos didácticos  
Contacto: +51 901 422 162  
Lima - Perú  
IG @happydanshop  
Previa Coordinación

# Sabor y color



## Maizo's Craft Beer

Cerveza Artesanal  
Contacto: 933 551 782  
Lima - Perú  
IG @maizocraftbeer  
Compra en web



## Triata Perú

Cerveza artesanal  
Contacto: 982356595  
Lima - Perú  
IG @triataperu  
Delivery



## Espacio Gourmet

Cocktail bar  
Contacto: DM  
Lima - Perú  
IG @espaciogourmetlaromantica  
Previa Coordinación



## Brutus

Cerveza Artesanal  
Contacto: www.brutus.pe  
Lima - Perú  
IG @brutus\_cerveza\_artesanal  
Venta on line

# Narices Húmedas



## Albergue Gatitos de Santa Rosa

ONG animal  
Contacto: 955007698  
Lima - Perú  
IG  
@albergue\_gatitos\_de\_santa\_rosa  
Previa Cita



## Delicias Don Blacky

Alimentos de mascotas  
Contacto: DM  
Miraflores- Perú  
IG @deliciasdedonblacky  
Sitio/Delivery



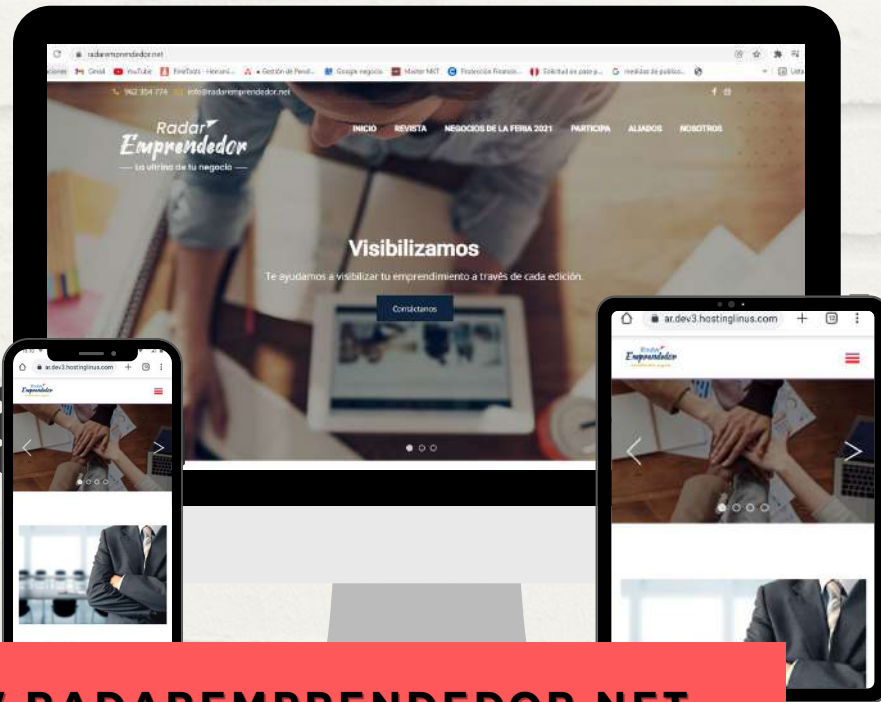
## Natu Pets

Artículos para mascotas  
Contacto: DM  
Lima - Perú  
IG @natupetsperu  
Previa Coordinación



## Petfinder Perú

Placas para mascotas  
Contacto: 920539459  
Lima - Perú  
IG @petfinderperu  
Contacto para pedidos



**VISITA [WWW.RADAREMPRENDEDOR.NET](http://WWW.RADAREMPRENDEDOR.NET)**

**Y DESCARGA TU REVISTA DIGITAL**



**@RADAREMPRENDEDOR**



**+51 962 354 774**