

Fecha: 26-04-2026
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: Las cuatro hermanas Pichara lideran cadena que vende US\$ 50 millones al año

Pág.: 10
Cm2: 905,9

Tiraje: 126.654
Lectora: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida



Al fallecer Abraham Pichara en 2015, sus hijas asumieron —junto a su madre— la conducción de la red de locales, que hoy opera más de 100 tiendas en Chile, está en Perú y avanza en su expansión internacional.

• TRINIDAD RIBÓ M.

A comienzos del siglo XX, la familia Pichara llegó a Chile desde Palestina. El abuelo llegó al país con apenas seis meses de edad, cuando sus padres escapaban de las tensiones que afectaban a los cristianos en el entonces Imperio Otomano.

En sus primeros años, la familia instaló un pequeño negocio de abarrotes en Cabildo, al interior de la V Región. Con el tiempo, decidieron trasladarse a Santiago en busca de mejores oportunidades, instalando un local en Diagonal Cervantes, en el centro de Santiago.

En 1966, Abraham Pichara se integró al negocio que ya estaba dedicado a la venta de perfumería y productos de higiene personal. Y lo mantuvo durante varios años con ese enfoque, hasta que a mediados de los años 90, Pichara tomó una decisión que marcaría el futuro de la cadena chilena, que hoy también tiene presencia en Perú.

En 1994 decidieron apostar por el rubro de los artículos de peluquería, en un momento en que el mercado estaba domi-



Valentina Pichara, gerente de Operaciones y Comercial de la cadena.

Las cuatro hermanas Pichara lideran cadena que vende US\$ 50 millones al año

nado por marcas tradicionales y por un sistema de distribución orientado a peluquerías profesionales.

“Él vio que la peluquería no tenía por qué ser solo para la élite, sino que todas las mujeres podían acceder a esos produc-

tos y hacerlo en la casa”, dice Valentina Pichara, gerente de Operaciones y Comercial.

En la misma época, la familia comenzó a asistir regularmente a ferias internacionales de belleza en Europa, donde se establecieron vínculos comerciales que

Foco en Perú, peluquerías propias y la “Academia Pichara”

En los últimos años, la expansión de la empresa no se ha limitado a aumentar sus locales, también ha incluido una estrategia de diversificación y expansión hacia nuevos mercados y servicios. Un foco importante ha sido el desarrollo de su operación en Perú, donde la compañía ingresó a fines de 2017 con la intención de replicar su modelo de retail.

La experiencia inicial permitió identificar diferencias importantes en hábitos de consumo y niveles de gasto en productos de belleza, lo que llevó a ajustar la estrategia comercial.

“Nos dimos cuenta de que el mercado peruano no tiene las mismas costumbres que el chileno ni el mismo presupuesto para belleza, así que decidimos reestructurar y apuntar a un segmento un poco más alto”, explica Valentina Pichara.

Y concentraron sus aperturas en los barrios residenciales de mayor poder adquisitivo de Lima, como La Molina, Chacarilla, Miraflores y San Isidro. El objetivo es consolidar, a corto plazo, una red de cinco tiendas y expandirse gradualmente.

En paralelo, la compañía ha comenzado a desarrollar nuevas líneas de negocio. Entre ellas, peluquerías propias —Mimi Hair & Nails Salon—, que atienden directamente al público y también son plataformas para posicionar marcas y productos. Actualmente operan dos locales y proyectan nuevas

se mantienen hasta hoy, principalmente en Italia. “Desde muy chicas acompañamos a nuestros papás a las ferias de belleza que se hacen afuera. Siempre estuvi- mos integradas en la selección de productos y en el contacto con los proveedores”, señala la ejecutiva e hija mayor.

“Esto no podía depender de una sola persona”

Las hermanas Valentina, Javiera, Belén y Amani Pichara Guerrero crecieron dentro del negocio familiar. Desde niñas acompañaban a sus padres a las tiendas y participaban en tareas simples, como ordenar cheques o apoyar en la atención. Con el tiempo, tomaron una participación más activa en la selección de productos, el contacto con proveedores y las pruebas de nuevos lanzamientos.

“Mi papá no hablaba inglés, pero entendía, entonces nos ocupaba de traductoras y de testers de productos. Siempre

estuvimos súper involucradas”, relata Valentina.

El ingreso formal de las hijas a la empresa se produjo de manera gradual. Algunas comenzaron visitando salones de belleza y apoyando las ventas, mientras otras asumieron funciones técnicas o administrativas. Actualmente, las cuatro hermanas son directoras de distintas áreas de la compañía, bajo la conducción de su madre, Francisca Guerrero, gerente general de Pichara.

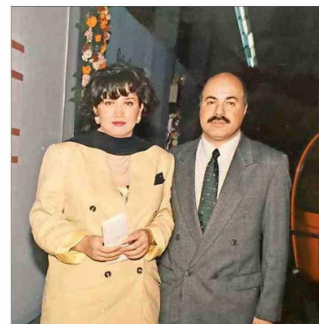
El proceso de sucesión se aceleró a partir de 2013, cuando el fundador comenzó a enfrentar problemas de salud. El traspaso definitivo ocurrió en 2015, al fallecer Abraham Pichara.

“Tomamos la decisión de hacernos cargo porque, si no, nuestra mamá iba a quedar muy sola liderando la empresa. Además, vimos que toda esa carga mi papá la había llevado solo, y no era lo que queríamos para nosotros”, explica la ejecutiva.

La experiencia del fundador marcó profundamente la forma en que la nueva generación decidió administrar la compañía. Uno de los episodios que reforzó esa convicción fue el terremoto de 2010, cuando la empresa dependía de una sola persona para realizar operaciones críticas, como el pago de sueldos. “Ahí nos dimos cuenta de que esto no podía depender de una sola persona. Teníamos que armar equipo y estructura”, afirma.

Crecimiento de 12% y coloración capilar, lo más vendido

Tras asumir el control, la segunda generación inició un



El fallecido Abraham Pichara junto a su señora Francisca Guerrero.

aperturas durante el año.

Otro eje ha sido el área de formación con las “Academias Pichara”, que capacitan a profesionales del rubro. Actualmente trabajan en la construcción de una nueva sede en Santiago, cuya apertura está prevista para fines de 2026.

proceso de profesionalización, que implicó reorganizar la empresa y fortalecer su estructura interna. Se incorporaron ejecutivos externos en áreas clave —como finanzas, tecnología, logística y operaciones— e implementaron procedimientos formales de planificación y control que antes no existían.

“Es engañoso pensar que, por ser de la familia, uno puede hacerlo todo”, sostiene la ejecutiva. Actualmente, la compañía opera más de 100 tiendas en Chile—la más reciente apertura fue hace pocos días en avenida Luis Pasteur, en Vitacura— y mantiene presencia en Perú, con tres locales operativos y dos en proceso de abrir, y 739 empleados en ambos países. En 2025 registró un crecimiento cercano al 12% y alcanzó ventas anuales por unos US\$ 50 millones.

El negocio sigue concentrado principalmente en la categoría de coloración capilar, que representa entre el 50% y el 60% de las ventas totales, incluyendo tinturas, oxidantes y decolorantes. El canal digital se ha transformado en un eje relevante para el crecimiento de la compañía. Pichara ingresó al comercio electrónico en 2020, en plena pandemia, cuando este representaba menos del 1% de las ventas. Hoy alcanza cerca del 4%, y la meta es duplicar esa participación en 2026.

De cara al futuro, la empresa proyecta mantener un crecimiento anual en torno al 10% o 12%. “Más que solo vender, lo que queremos es mejorar la experiencia. Optimizar los procesos es uno de nuestros principales desafíos”, concluye Valentina.

FISCALIA MINISTERIO PÚBLICO DE CHILE CONCURSO

El Ministerio Público, a través de su Fiscalía Nacional, llama a Concurso Público para la provisión de los cargos:

Cargo	Unidad / Fiscalía
Abogado Asesor, Grado VI	Unidad de Asesoría Jurídica – FRM Centro Norte
Auxiliar, Grado XIX	Fiscalía Local de Género y VIF – FRM Centro Norte
Auxiliar, Grado XIX	Unidad de Administración y Finanzas – FRM Oriente

Inicio de postulaciones a contar del **lunes 27 de abril de 2026 a las 10:00 horas**. El plazo para postular vence el **martes 05 de mayo de 2026 a las 10:00 horas**.

Más detalles en www.fiscaliadechile.cl en la sección de Concursos.



licitación VENTA DE MADERA EN PIE PROVENIENTE DE PLANTACIONES FORESTALES Y REGENERACIÓN NATURAL DE PINUS RADIATA, EN LA RESERVA NACIONAL LAGO PEÑUELAS 2026

La Corporación Nacional Forestal invita a participar en la compra de bosques en pie de plantaciones forestales, correspondientes a 70,46 ha de Pinus radiata en la Reserva Nacional Lago Peñuelas, Región de Valparaíso.

Las bases de licitación tienen un valor de \$50.000.- y podrán ser adquiridas vía electrónica al correo valparaíso.oirs@conaf.cl con copia a claudio.ilabaca@conaf.cl; alisson.ravanal@conaf.cl; daniel.valdivieso@conaf.cl; desde el 27 hasta el 30 de abril de 2026, entre las 09:00 a 14:00 hrs.

Contacta a tu ejecutivo

Publica tus avisos toda la semana



EL MERCURIO
ATENCIÓN COMERCIAL
2 2330 1221 - 2 2330 1794

