

**PERU
CONTENT
LAB**

Contenidos para
tu desarrollo |

“¿Cómo sabes si tu contenido es relevante?
Si incrementa el tráfico social, la atracción social
y aumenta el número de leads cualificados”.

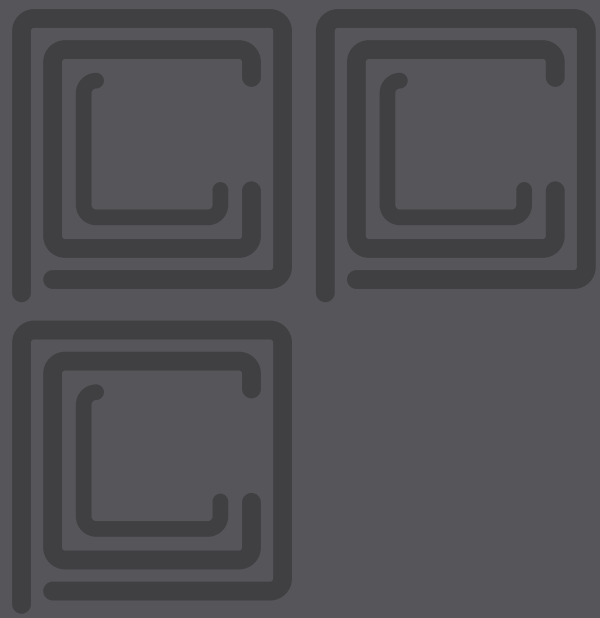
Jason Miller



Objetivo

Desarrollar contenidos de alta calidad y especialización para las empresas.





Nuestro equipo



Fernando Chevarría León

Director fundador de **Perú Content Lab**. Es también director de **EYNG - Estrategias y Negocios** y editor de la revista La Cámara, de la Cámara de Comercio de Lima. Se ha desempeñado como director general de América Economía a nivel regional, conductor de El Portal Financiero (Canal N) y delegado en Perú para el diario El Economista (España). Además, ha escrito diversos artículos para los diarios El Comercio y El Mercurio, entre otros.

Comunicador por la Universidad de Lima, posee más de 20 años de experiencia en el ámbito periodístico. Cuenta, además, con una especialización en Periodismo Económico y Financiero por la Universidad de Columbia (Nueva York) y un MBA por la Universidad de Barcelona (España).

A nivel de comunicación corporativa tiene experiencia en empresas del rubro de telecomunicaciones, retail, minería, tecnología, industria, consumo masivo y construcción e inmobiliario.



Daniel Chicoma

Director fundador de **Perú Content Lab**. Comunicador por la Universidad de Lima con más de 15 años de experiencia en el ámbito del marketing, e-commerce y relaciones públicas. Con una Maestría en Marketing Digital y Comercio Electrónico por la Universidad de Barcelona y el EAE (España) y otra en Publicidad (USMP).

Ha sido docente en ULima, UCAL, Orval, UNIFE, UNMSM y posgrado (ESAN) y en institutos (TLS e ISIL). Se ha desempeñado como coordinador de Publicaciones en la Cámara de Comercio de Lima (CCL), en Consultoría en Comunicaciones (Minedu), para Consultoras de PR y en proyectos de E-Commerce (Hecho en el Perú). Ex director de la revista OFFSide.

Ha publicado artículos y columnas para diferentes espacios como: Código, Horizonte Minero, RS Stakeholders, Conexión Esan, ANDA, entre otros. Y es conductor del Podcast: E-Commerce con Daniel Chicoma.



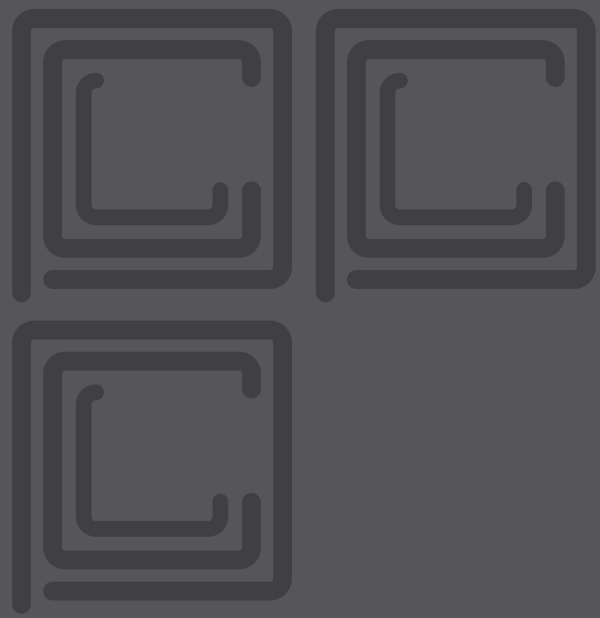
Oscar Castillo

Diseñador gráfico con más de 15 años de experiencia en el rubro. Especializado en diagramación de publicaciones y revisión gráfica de contenido, en artículos de índole empresarial. Trabajó para la revista América Economía y ha brindado servicios para elaboración de memorias anual del BBVA Banco Continental, MiBanco y Claro.

Ha desarrollado labores en gestión conceptual de marcas, innovación en desarrollo de material concreto para el posicionamiento comercial y manejo del contenido de las redes sociales a nivel empresarial.

Actualmente, se encuentra incursionando en la fotografía gastronómica, brindando consultorías a empresas interesadas en renovar su identidad marcaria.





Nuestros *servicios*

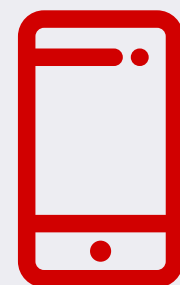


Servicios



Desarrollo de contenidos

Creamos, desarrollamos y diseñamos contenidos para empresas en todas las plataformas.



Marketing digital

Se trata de las acciones en digital conducentes a las acciones del inbound marketing (tráfico, leads, ventas y contenidos).



Líderes

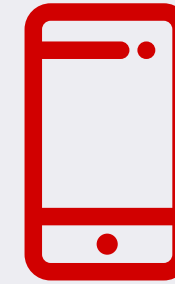
Talleres y capacitaciones.





Desarrollo de Contenidos

- ▣ Desarrollo y gestión de contenidos multiplataforma.
- ▣ Servicios editoriales: Desarrollo edición y diseño de libros, memorias corporativas y reportes de sostenibilidad, revistas, e-books y podcasts.
- ▣ Diseño audiovisual.



Marketing digital

- ▣ Influencer marketing.
- ▣ Desarrollo web.
- ▣ Auditoría web, de marca y social listening.
- ▣ Estrategia digital e inbound marketing (captación de tráfico y clientes potenciales – leads).



Líderes

- ▣ Media training
- ▣ Capacitaciones
- ▣ Talleres de coaching

“El Marketing de Contenidos representa la brecha entre lo que las marcas producen y lo que los consumidores realmente quieren”.

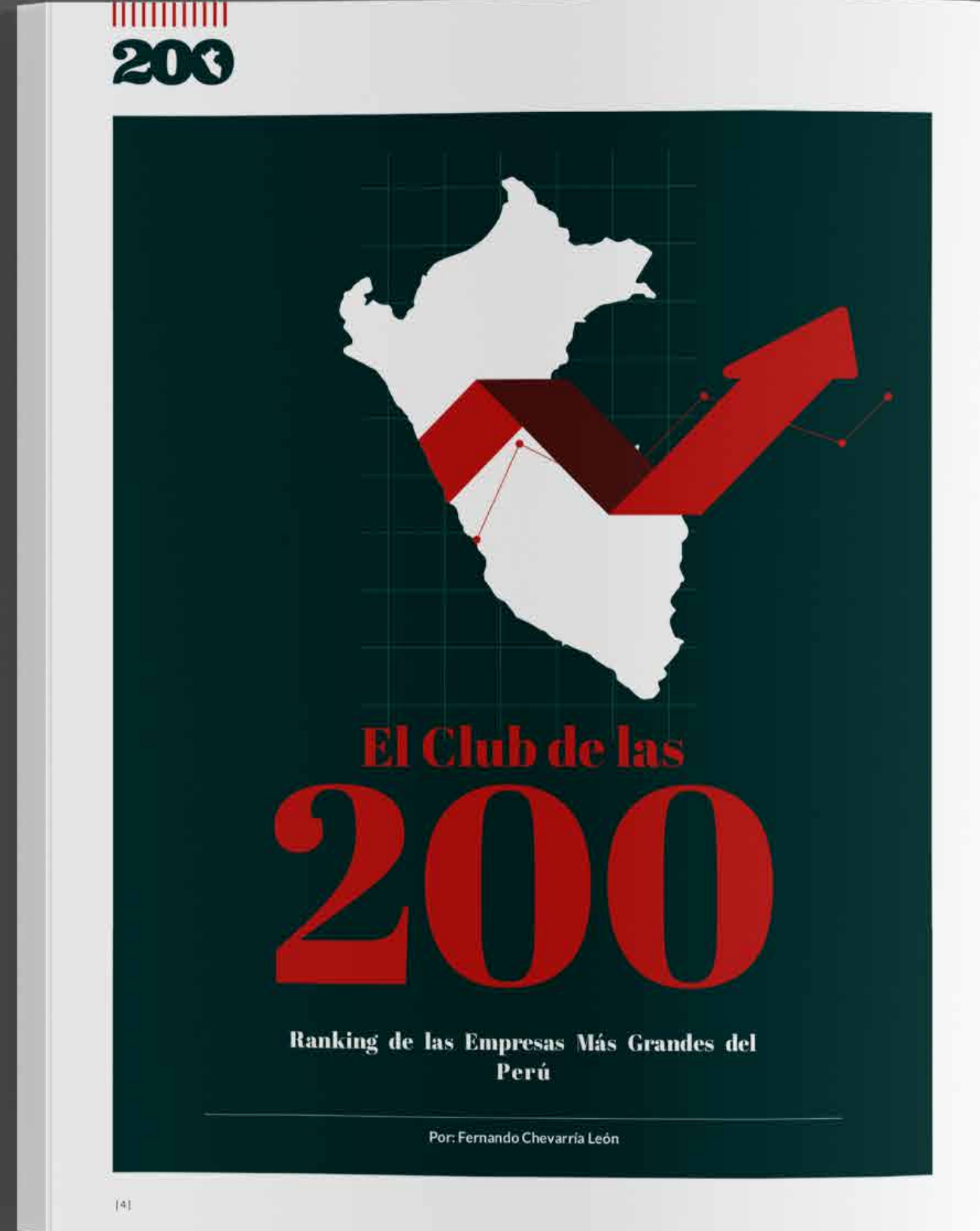
Michael Brenner



Trabajos previos

Algunas de las empresas con las que los miembros de nuestro equipo han trabajado de manera individual y conjunta

- Goldfields La Cima
- Hidroeléctrica El Platanal
- Ministerio de Economía y Finanzas
- Ministerio de Educación
- Revista OFFSide
- Pacific Latam
- Paz Centenario
- Arcade
- Miabogado.pe
- Promelsa
- BBVA
- Claro
- Mibanco
- Telefónica del Perú
- eyng.pe
- Ven Informado
- MINEDU
- MINAGRI



El Perú es un país que ha venido perdiendo impulso en los últimos tiempos respecto al crecimiento económico y, si bien al cierre del 2019 logró concretar 21 años de crecimiento continuo, lo cierto es que la estrella peruana que deslumbró al mundo hasta hace pocos años por su avance económico –que logró reducir sustancialmente la pobreza y mejorar ostensiblemente el nivel de vida de parte de su población, catapultándolo a ser uno de los países emergentes mejor vistos por la comunidad internacional–, no brilla como antes.

Durante el 2019, el PBI peruano creció, según el Banco Central de Reserva (BCRP), solo 2.1%, cifra lejana a la alcanzada una década atrás (9.1% en el 2009). Los factores que frenaron la evolución económica peruana son tanto externos como internos.

Por el lado externo, el Perú, al igual que varios países de América Latina, al ser un productor neto de materias primas y exportador de pocos productos con valor agregado, como resultado de un precario nivel de industrialización, sufrió por la volatilidad de los precios de los commodities y una ralentización de la demanda externa ocasionada por el magro crecimiento global de 2.3%, como resultado de un año marcado por las disputas comerciales y tensiones geopolíticas.

Estados Unidos, el segundo socio comercial del país, en el 2019 creció solo 2.2% y compró a los exportadores perua-

nos productos y servicios por US\$ 5,679 millones, cifra menor en 29.4% en comparación con la registrada en el 2018, por citar un ejemplo. En total, las exportaciones nacionales ascendieron el año pasado a US\$ 45,985 millones, cifra 4.2% menor con relación a las ventas al exterior del 2018.

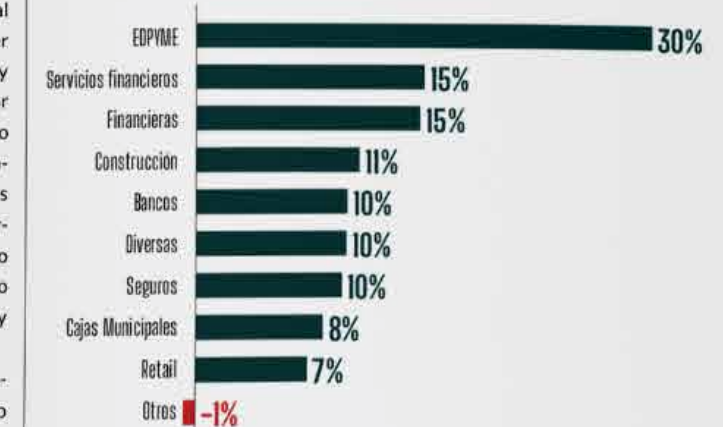
Por otro lado, en el frente interno, la situación no pudo ser peor. La pelea constante entre los poderes Ejecutivo y Legislativo, que devino en el cierre del Congreso, además de sonados casos de corrupción y conflictos sociales que frenaron tanto la inversión pública como privada, constituyeron una tormenta perfecta que frenó el avance económico. A ello hay que sumar el bajo desempeño de los

sectores primarios, como la minería, y a la desaceleración de actividades como la construcción, comercio y servicios.

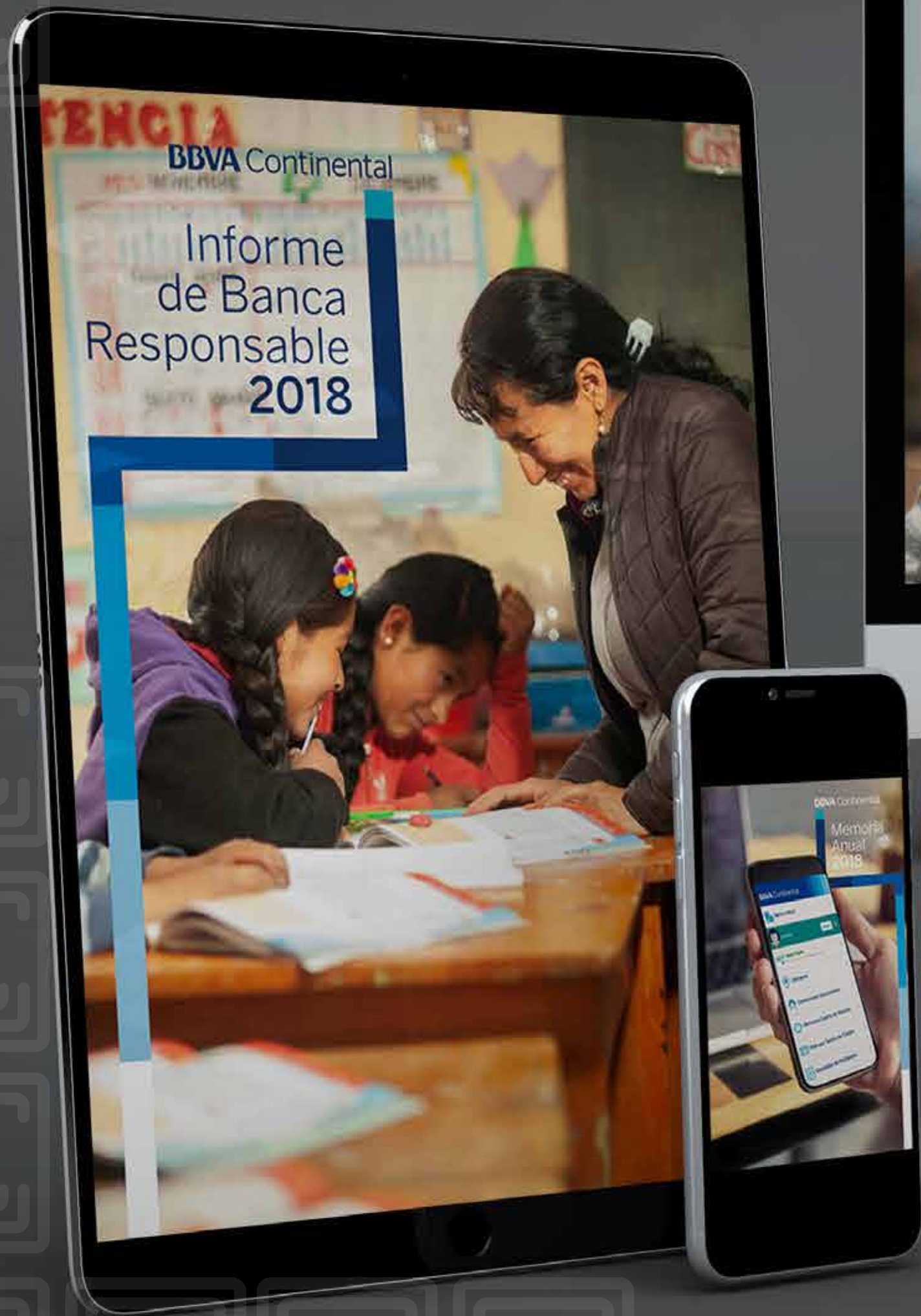
Magro crecimiento
En el contexto descrito no es difícil imaginar que el 2019 no fue un año auspicioso

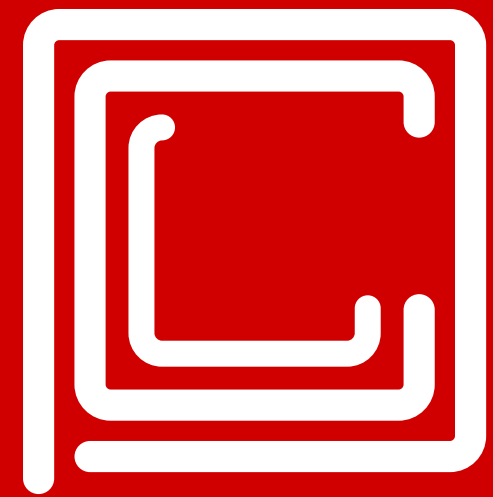
En el 2019, las ventas conjuntas del Club de las 200 fueron ligeramente superiores a las registradas en el 2018. Ello a pesar de ser un año marcado por la inestabilidad política interna y externa.

Crecimiento de ventas por tipo de empresa



FUENTE: PERU CONTENT LAB





**PERU
CONTENT
LAB**

Informes:

informes@contentlab.pe

Daniel Chicoma

999 436 573

Fernando Chevarría León

984 375 635

www.contentlab.pe