



Guarango Cine y Video

Somos una productora que emplea herramientas audiovisuales para generar cambios en los espectadores. Desde el año 1994 hemos producido y distribuido nuestros documentales a nivel nacional e internacional. trabajamos en el Perú con la misión de transmitir la visión y experiencias de los sectores excluidos por medio de la producción y difusión participativa de herramientas audiovisuales que sensibilicen a la opinión pública nacional e internacional en temas sociales, ambientales, culturales y de derechos humanos. Nuestras producciones han obtenido 35 premios durante su difusión en festivales de cine documental internacionales, además de haber sido transmitidas por televisoras como BBC World, Travel Channel, Discovery Channel, TELESUR, TV Perú, RED TV , Canal N y señal abierta del Perú, lo que nos ha exigido mantener un buen nivel de calidad en nuestros productos audiovisuales. Ofrecemos esta experiencia para ayudar a otras organizaciones o individuos en sus objetivos de:

1. Concientizar a la opinión pública o grupos de interés con spots y/o documentales

Nos enfocamos en crear una conexión emocional con el espectador. Creemos que es clave para generar cambios de actitudes, siendo el contenido informativo la segunda etapa del mensaje.

2. Informar acerca de un proyecto

Estamos convencidos de que el audiovisual es una herramienta poderosa, capaz de persuadir y enfocar puntos clave del mensaje que se quiere transmitir.

3. Realizar proyectos audiovisuales

Fomentamos la creación audiovisual como herramienta de transmisión de identidad y cultura, trabajando de la mano con realizadores, productores, técnicos y/o comunicadores.

Nuestros servicios :

- Realización de publicidad social.
- Realización de video documental.
- Edición digital HD con los mejores flujos de datos que evitan pérdidas de calidad.
- Post producción de video, audio y musicalización.
- Subtitulados y doblajes.
- Autoría de DVD y BluRay.
- Cine Digital DCP (Digital Cinema Package) Formato que permite difundir audiovisuales en salas de cine.



Algunos de nuestros trabajos

Largometrajes documentales

- **De Ollas y Sueños (2009)**

Sinopsis: ¿Puede toda una nación estar representada en su cocina? En esta película documental recorreremos París, Londres, Madrid, Amsterdam y Nueva York, así como la costa, sierra y selva del Perú, en búsqueda de una respuesta.

Con el apoyo de [AECID - Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo](#)
Película inaugural del Festival de Cine de Lima (2009).

Transmitida por Canal N y TV3 de Cataluña, entre otras televisoras.

Género: Documental

Duración: 75 minutos

Tema: La gastronomía peruana como reflejo de identidad nacional.

Web: <http://www.guarango.pe/dols/>

Cortometrajes documentales

- **Alianzas Público Privadas para el desarrollo (2014)**

Género: Institucional - Documental

Duración: 13 minutos

Tema: Informe del trabajo y las actividades de desarrollo que viene realizando la AECID en diferentes regiones, gracias al trabajo articulado con organizaciones de la zona.

Link: <http://youtu.be/kJbVCawrZSo>

- **Historia de vida de una becaria (2013)**

Género: Documental testimonial

Duración: 5 minutos

Tema: Difusión de historia de progreso y superación de una joven, gracias al acceso a una educación superior.

Link: http://youtu.be/_Rp16vS3_2I

- **La siembra del agua (2011)**

Género: Documental

Duración: 15 minutos

Tema: Cambio Climático y revaloración cultural.

Link: <http://youtu.be/OLJapjxJwI>

- **Guardianas de las semillas (2011)**

Género: Documental

Duración: 10 minutos

Tema: Conocimiento ancestral y revaloración cultural para a preservación de los recursos.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=xpvMAwntVbE>

- **El Oscar de Manchay (2011)**

Género: Documental

ASOCIACIÓN GUARANGO CINE Y VIDEO

RUC: 20251826774

Jr. Cayetano Heredia 785 Int. 2 Jesús María, Lima - Perú

Tel: 460 1135- info@guarango.pe

<http://www.guarango.pe>



Duración: 15 minutos
Tema: Migración y derechos humanos.

- **El Antifaz (2008)**
Género: Documental
Duración: 15 minutos
Tema: Sensibilización frente al VIH.
Web: https://youtu.be/Kyc8_WYpbDQ

Publicidad en Campañas Audiovisuales

- **Campaña “En Búsqueda del Interior de la moda” - Setiembre 2015**
Cliente: Agencia de Publicidad Lowe Perú
Objetivo: Destacar el Arte textil de las distintas regiones del Perú generando valor hacia las comunidades de las tres regiones.
Estrategia Creativa: Realización de Documentales en las tres regiones del país: Costa, Sierra y Selva.
Piezas Audiovisuales:
Sierra: https://www.youtube.com/watch?v=_AOcQB9FIYY
Selva: <https://www.youtube.com/watch?v=2YthTk5QW5U>
Costa: https://www.youtube.com/watch?v=4bK_diQOsE8

Versiones: Castellano
- **Realización de Video Institucional - Agosto 2015**
Cliente: Cooperación Española

Del vídeo: Realizar un vídeo institucional que Informe a la población sobre la labor de los cooperantes en el país.
Estrategia Creativa: Video Institucional
Versiones: Castellano
<https://www.youtube.com/watch?v=5nXIC7B6-wQ>
- **Campaña “MICRONUTRIENTES” - Agosto 2015**
Cliente: Ministerio de Salud-MINSA

De la campaña: Informar a la población sobre los beneficios del consumo de micronutrientes para prevenir la anemia y desnutrición.
Objetivo: Asegurar la calidad de vida de los menores en cuanto a su crecimiento y desarrollo.
Estrategia Creativa: Spot de Radio
Versiones: Castellano-Quechua-Aymara
<https://youtu.be/gVoG3logcak>
- **Campaña “Cuidado de la Salud Materna” - Abril 2015**

Cliente: UNFPA PERÚ – Fondo de Población de las Naciones Unidas



- De la campaña: Tiene como fin contribuir a que cada parto sea sin riesgos y las personas jóvenes alcancen su pleno potencial logrando informar al público mediante un spot televisivo, un spot radial y diseño de la línea gráfica de la campaña para afiches y volantes sobre el cuidado de la salud materna y la importancia de llevar un embarazo planificado y seguro.
- Objetivo: Promover practicas de embarazo saludable, lograr que cada embarazo sea planificado y que las parejas asuman una preparación para ello, logrando sensibilizar a la población sobre la importancia de decidir, planificar y prepararse para un embarazo, así como recibir la atención adecuada y difundir el conocimiento del aseguramiento universal de mujeres gestantes.
- Estrategia de medios: Difusión de spots en los siguientes espacios:
- Redes sociales
 - Salas de cine digital Cinestar a nivel de Lima Metropolitana.,
 - Eventos y otras plataformas en proceso de coordinación.
 - Difusión por radios nacionales
- Estrategia creativa: *Spot publicitario y spot radial*
Piezas audiovisuales:
<https://youtu.be/m2gQdjZ23UM>
<https://youtu.be/fdq5vqip4ZU>

• **Campaña “Cree en la magia de Purús-Manu, Pura Amazonía” - 2014**

- Cliente: WWF Perú - World Wildlife Fund for Nature
- De la campaña: Tiene como fin proteger de amenazas, conservar la existencia de la vida natural y cultural del Corredor Purus Manu.
El manejo de campaña se hace bajo tonos comunicacionales celebrativos que se centran en lo positivo haciendo claro los posibles riesgos teniendo como aliado estratégico el manejo de redes sociales.
- Objetivo: Dar a conocer los valores naturales del Corredor Purús-Manu entre la población de Lima y tomadores de decisión a nivel nacional, a través de la generación de mecanismos de comunicación efectiva que permita desarrollar trabajos de valoración positiva, creación y afianzamiento de alianzas entre organizaciones, líderes de opinión, poblaciones y autoridades.
- Estrategia de medios: Difusión de spots en los siguientes espacios:
- Redes sociales
 - Salas de cine digital Cinestar y UVK a nivel de Lima Metropolitana.
 - Difusión del documental,



- Estreno en sala de Cineplanet,
- Difusión televisiva en TVPerú,
- Eventos y otras plataformas en proceso de coordinación.

Estrategia creativa: *Spot publicitarios*

Piezas audiovisuales:

- Spots: “Intriga-animales” (octubre 2014)
<http://bit.ly/1F124M8>
<http://bit.ly/1ExJIF1>
<http://bit.ly/1liNCPO>
<http://bit.ly/1njBVTs>
<http://bit.ly/1NzZ1g3>
 - Spot 2: “El mago” (octubre 2014)
<http://bit.ly/1z52XDz>
 - Spot 3: “De agradecimiento” (octubre 2014)
<http://bit.ly/1DmwnOf>
 - Spot 4: “General” (noviembre 2014)
<http://bit.ly/1af71qz>
 - tráiler: “Documental Purús-Manu, Latidos de la Selva” (noviembre 2014)
<https://www.youtube.com/watch?v=OMmGwd0-xa4>
<http://bit.ly/1af799o>
 - Documental “Purús-Manu, Latidos de la Selva” (noviembre 2014)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=woEiw4SShRg>
<http://bit.ly/1Dnmamc>
- **Campaña “VIH-SIDA” - Diciembre 2014**

Cliente: Ministerio de Salud – MINSA

De la campaña: Se realizó la producción de un spot de televisión y radio para la difusión de la campaña. La Empresa se hace cargo de las respectivas autorizaciones indefinidas de uso de voz e imagen de todos los participantes y propone la participación de artistas o personajes públicos como voces e imágenes principales en la producción del spot de la campaña de prevención del VIH-Sida. Como entrega final realizamos el Multicopiado en formato DVD que incluye estuche, diseño gráfico y estampado computarizado sobre DVD y carátula que incluya rotulado en el estuche.

Objetivo: Informar a la población en general con énfasis en jóvenes sobre las medidas para prevenir el VIH-Sida.

Estrategia de Difusión: El plan incluye difusión en televisión y radio a nivel nacional, redes

ASOCIACIÓN GUARANGO CINE Y VIDEO
RUC: 20251826774

Jr. Cayetano Heredia 785 Int. 2 Jesús María, Lima - Perú
Tel: 460 1135- info@guarango.pe
<http://www.guarango.pe>



sociales y plataformas institucionales.

Estrategia Creativa: *Spot de TV*
Spot de Radio
Pieza Audiovisual:
• <http://bit.ly/1bNjBO9>

• **Campaña “Prevención de Dengue y Chikungunya” - Diciembre 2014**

Cliente: Ministerio de Salud – MINSA

Objetivo: Informar a la población en general sobre los cuidados para prevenir el dengue y la chikungunya.

Estrategia de Difusión: El plan incluye difusión en televisión y radio a nivel nacional, redes sociales y plataformas institucionales.

Estrategia Creativa: *Spot de TV*
Pieza Audiovisual:
<http://bit.ly/1OVqKuR>

• **Campaña “Programa Nutriwawa” - Diciembre 2014**

Cliente: Ministerio de Salud - MINSA

Objetivo: Informar a población objetivo sobre los mensajes claves que ayuden a la reducción de la desnutrición crónica infantil.

Estrategia de Difusión: El plan incluye difusión en televisión y radio a nivel nacional, redes sociales y plataformas institucionales.

Estrategia Creativa: *Spot de tv y de radio*
Pieza Audiovisual:
<https://youtu.be/gIMy8p-MrGA>

• **Campaña “Programa Nutriwawa” - Junio 2014**

Cliente: Ministerio de Salud

Objetivo: Reducir los índices de anemia y desnutrición en 18 regiones del Perú, manifestó el Ministerio de Salud.

Medios de Difusión: El plan incluye difusión en radios en Lima Metropolitana y campañas de salud.

Estrategia Creativa: *Spot radial*
<https://www.youtube.com/watch?v=JjCgRtFrnoA>



- **Campaña “Programa Nacional Yachay” - Mayo 2014**

Cliente:	Ministerio de la Mujer y Poblaciones vulnerables
Objetivo:	Reducir la tolerancia en la comunidad frente a la realidad de niñas, niños y adolescentes en situación de calle, desarrollar una intervención que se caracteriza por NO ser punitiva, para ello se tiene en cuenta las necesidades específicas de niñas, niños y adolescentes, reconociendo su condición de sujeto de derechos y por tanto sujeto de cambio.
Medios de Difusión:	El plan incluye difusión en radios en Lima Metropolitana
Estrategia Creativa:	<i>Spot radial</i> https://youtu.be/dXxVRO5HkbE

- **Campaña “Festivales de Cultura Viva Comunitaria” – Diciembre 2013 a Marzo 2014**

Cliente:	Municipalidad Metropolitana de Lima – Gerencia de Cultura
Objetivo:	Videos de comunicación y difusión sobre los festivales descentralizados del programa Cultura Viva Comunitaria promovidos por la Gerencia de Cultura de la MML.
Medios de Difusión:	El plan incluye difusión en las redes sociales e institucional a local.
Estrategia Creativa:	<i>Videos de festivales</i> <i>Pieza Audiovisual:</i> <ul style="list-style-type: none">○ Festival Gran Cierre 2013 https://youtu.be/k0rQ8EDtnU4○ Festivales de verano (enero - marzo 2014)○ Festival en Comas https://youtu.be/h3ST_OwCphE○ Festival en San Juan de Lurigancho https://youtu.be/E8ZsWGDtgDQ○ Festival en Villa El Salvador https://youtu.be/cN4Reo0TwCo

- **Campaña nacional “Beca 18” - 2013**

Cliente:	PRONABEC Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo - Ministerio de Educación.
De la campaña:	Se brinda el servicio de pre-producción para la realización de un spot televisivo de la campaña elaborando un guión e storyboard para ser usado en la producción del spot y cumpliendo con el servicio de registro audiovisual en HD, brindando el servicio de



edición de 30” y el servicio de postproducción para la campaña masiva de televisión.

Objetivo de campaña: El público objetivo de la campaña son jóvenes emprendedores, se tuvo especial cuidado en el estilo de video, alejándose lo más posible del “institucional” que tiene por lo general un fin informativo en donde el mensaje clave es mejorar la equidad, el acceso a la educación superior, garantizar permanencia y culminación de estudios superiores de los alumnos becados.

Medios de Difusión: En los canales de televisión nacional y Radio:

- Frecuencia Latina
- América Televisión
- Panamericana Televisión
- ATV
- WillaxTV
- RPP TV
- RBC
- Global TV
- Canal N
- Radio difusoras nacionales

Estrategia Creativa: *Spots Televisivos*
Proponemos el estilo documental de sensibilización que apela a recoger el lado humano de los testimonios: es necesario primero el vínculo emocional con el espectador que promueva una respuesta en él.

Productos audiovisuales:

- Spot “Beca18 es una realidad” (mayo del 2012)
<http://youtu.be/TR-7ZsWPUpc>
- Spot “Beca 18 ya está en el Vraem” (setiembre del 2012)
http://youtu.be/CRSDQa_vZCk
- Spot “Beca 18 Internacional” (noviembre del 2012)
<http://youtu.be/8NFNKWmb8IE>
- Spot “Beca posgrado 2013”: (enero del 2013)
http://youtu.be/C_qu_K16BFk
- Spot “Beca 18 Nuevos Talentos”: (enero del 2013)
<http://youtu.be/jkHkS0OUikQ>

• **Campaña “Bosques en tus manos” – Diciembre 2013**

Cliente: Programa Bosques en tus manos – Ministerio del Ambiente.



Objetivo:	Conservar 54 millones de hectáreas de bosques tropicales como una contribución a la mitigación del cambio climático y al desarrollo sostenible.
Estrategia de Difusión:	El plan incluye difusión en radios en Lima Metropolitana
Estrategia Creativa:	<i>Spot Radial</i> https://youtu.be/cZZGgfkJbgA

• **Campaña “Reforma de la Salud” - Octubre 2013**

Cliente:	Ministerio de Salud
Objetivo:	Campaña que busca difundir las acciones del MINSA para proveer de una mejor calidad de vida a las poblaciones, indistintamente de su condición económica, lo que conducirá a tener personas que se desarrollen con mejor calidad de vida, y de esa manera contribuir a tener un mejor país.
Estrategia de Difusión:	Contempla redes sociales y salas de cine a nivel nacional.
Estrategia Creativa:	<i>Spot de Tv</i> http://youtu.be/k1qCBpRWecl

• **Campaña “Rescatemos vidas” - Septiembre 2013**

Cliente:	Ministerio del Interior
Objetivo:	Campaña contra la explotación laboral y sexual
Estrategia de Difusión:	El plan incluye difusión en las redes sociales y a nivel institucional.
Estrategia Creativa:	<i>Spot de Tv</i> <i>Pieza Audiovisual:</i> https://www.youtube.com/watch?v=iYVAMH6EQ78

• **Campaña: “Amazonía nuestra, un privilegio que nos toca” – Enero 2013**

Cliente:	CAN - Comunidad andina: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú Programa BioCan
De la campaña:	Se propone la campaña con la idea de generar un sentido de propiedad, identidad y pertenencia con la Amazonia entre los ciudadanos de los Países Miembros de la CAN y bajo el servicio de producción y realización de spots de radio y televisión para ser



difundidos a nivel nacional que tienen como resultado general:

- La importancia estratégica de la Amazonía de los países andinos es difundida y visibilizada a través de campañas temáticas de comunicación.
- Públicos meta informados de las actividades y productos del Programa BioCAN.

Objetivo: Contribuir a difundir y visibilizar la riqueza biológica y cultural de la región amazónica de los Países Miembros de la CAN, logrando posicionamiento de la Amazonía sostenido en el reconocimiento de sus valores.

Medios de Difusión: Incluye difusión en las redes sociales, salas de cine digital CineStar a nivel de Lima metropolitana, difusión televisiva por la Red TV (agrupación de canales regionales), colegios, institutos, universidades y otras plataformas en coordinación con la entidad contratante.

Estrategia Creativa: *Spots de Tv y Radio*

Productos audiovisuales:

- Spot documental “Buen uso de recursos” (enero del 2013)
<http://youtu.be/gPOPvEFzP-8>
- Spot documental “Tráfico ilegal de especies” (enero del 2013)
<http://youtu.be/PnKn-c9ZPYI>
- Spot documental “Amazonía nuestra, un privilegio que nos toca” (setiembre del 2012)
<http://youtu.be/w-UGgHOLxL0>
- Spot documental “¿Que podemos hacer por la Amazonía?”
<http://youtu.be/2pIrtzOGqPA>
- Documental “Amazonía nuestra”
<http://youtu.be/9X60eiqLF10>

- **Campaña nacional: “Respira vida, juntos contra la tuberculosis” Diciembre 2011- Febrero 2012**

Clientes: Socios en Salud y Ministerio de Salud

De la campaña: Se brinda el servicio de preproducción para la realización de videos y spots publicitarios televisivos de la campaña elaborando un guión e storyboard para ser usado en la producción y cumpliendo con el servicio de registro audiovisual en HD, brindando el servicio de edición de 30” y el servicio de postproducción para la campaña masiva de televisión.



- Objetivo: Escalamiento de las acciones de prevención de tuberculosis y difusión de las acciones de prevención en poblaciones en general y de alta vulnerabilidad y expuestas a alto riesgo de infección tuberculosa consolidando una respuesta amplia e integral contra la tuberculosis en el Perú.
- Medios de Difusión: El plan incluye difusión del material en toda la red de monitores de establecimientos de salud a nivel nacional, televisión nacional y salas de cine digital CineStar a nivel Lima Metropolitana.
- Estrategia Creativa: *Spot de Tv*
Productos Audiovisuales
- Spot TV 01: Captación de sintomáticos respiratorios: Prueba de despistaje oportuna.
Ver: <http://youtu.be/oiwHMSTqezY>
 - Spot TV 02: Prevención de la tuberculosis: iluminación y ventilación.
Ver: <http://youtu.be/qY8Uocgidb0>
 - Spot TV 03: Adherencia al tratamiento contra la tuberculosis.
Ver: <http://youtu.be/gwnGyDNBI-4>
 - Microprograma educativo sobre la tuberculosis:
Ver: <http://youtu.be/whwlvBiOTc>

• **Campaña: “Se mueve la gente, viaja menos en auto” - Diciembre 2011**

- Cliente: MOCICC - Movimiento Ciudadano Frente al Cambio Climático.
- Objetivo: Sensibilización para el uso de la bicicleta como medio de transporte público.
- Medios de Difusión: El plan incluye difusión del material en salas de cine digital y redes sociales.
- Estrategia Creativa: *Spot Informativo*
Pieza Audiovisual:
<http://youtu.be/p4BtboOrxDE>

Videos por Proyecto:

• **“COOPERANTES AECID” - Agosto 2015**

- Cliente: Fondo de Cooperación Española - AECID
- Estrategia Creativa: Video Institucional - Documental
Versiones: Castellano-Quechua-Aymara

• **Proyecto “Incluir para crecer” - 2015**



Cliente: Fondo para la Inclusión Económica en Zonas Rurales – FONIE del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.

Objetivo: Dar a conocer a las autoridades regionales, provinciales y locales, los alcances los beneficios de la implementación de la Estrategia Nacional de Desarrollo e Inclusión Social “Incluir para crecer”

Medio de Difusión: El plan incluye difusión en las redes sociales e institucional a nivel nacional.

Estrategia Creativa: *Video Institucional*
Pieza Audiovisual:
Link: <https://youtu.be/93o5sTkB59I>

- **Proyecto “1,800 millones de jóvenes cuentan” - Noviembre 2014**

Cliente: Fondo de Población de la Naciones Unidas – UNFPA Perú

Objetivo: El desarrollo del potencial de las y los jóvenes para convertirlos en líderes, la inversión en esta generación y sus necesidades, al igual que el dividendo demográfico.

Medio de Difusión: El plan incluye difusión en las redes sociales e institucional a nivel nacional e internacional.

Estrategia Creativa: *Video Informativo*
Pieza Audiovisual:
Link: <http://bit.ly/19Foo2r>

- **Proyecto “Congreso Latinoamericano de Población - ALAP 2014 Congreso Latinoamericano de Población - ALAP 2014” - Agosto 2014**

Cliente: Fondo de Población de la Naciones Unidas – UNFPA Perú

Objetivo: Videos resumen a fin de comunicar los temas que desarrollaron los especialistas durante el Congreso Latinoamericano de Población – ALAP 2014 promovido por UNFPA Perú

Medios de Difusión: El plan incluye difusión en las redes sociales e institucional a nivel nacional e internacional.

Estrategia Creativa: *Video Informativo*
Pieza Audiovisual:
Link:
<https://www.youtube.com/watch?v=QFAFaCtBUU&list=PL5BPeEW10SMclKU5a4FdJWOttHUQQzqUf>



- **Proyecto “Caravana de la vida” - Julio 2014**

- Cliente: Organización Internacional para las Migraciones – OIM
- Objetivo: Presentación del Proyecto Servicio de asistencia Sanitaria Itinerante para poblaciones móviles vulnerables en el Perú, incluyendo víctimas de trata, también denominado “Caravana de la vida”.
- Estrategia de Difusión: En las redes sociales e institucional a nivel nacional e internacional.
- Estrategia Creativa: *Video documental*
Pieza Audiovisual:
Link: https://youtu.be/2Fff2_eh9os

Series documentales para TV

Future food (2013)

Género: Documental

Duración: 28 minutos

Producido para: tve

Tema: El futuro de la comida y el comercio que gira en torno a los alimentos naturales y procesados

Link: <http://youtu.be/ZqRYBIOjmjw>

Saqueando el Pacífico (2012)

Género: Documental

Duración: 24 minutos

Producido para: tve

Tema: Concientización sobre la problemática de la sobre pesca y ausencia de legislación que ha llevado a la población de jurel a reducirse a un 90% en dos décadas.

Link: <http://youtu.be/aagdZVcKMQI>

Early Life: El sueño del alcalde (2010)

Género: Documental

Producido para: tve

Duración: 3 capítulos de 26 minutos

Tema: Desarrollo temprano de la niñez. ¿Qué sucede en el cerebro de los bebés? ¿Cómo los primeros años de nuestras vidas pueden afectarnos a largo plazo?

Links:

<http://bit.ly/1MuhG1z>

<http://bit.ly/1bNkLcr>

<http://bit.ly/1ywnRX7>

Micro Macro (2003)

ASOCIACIÓN GUARANGO CINE Y VIDEO

RUC: 20251826774

Jr. Cayetano Heredia 785 Int. 2 Jesús María, Lima - Perú

Tel: 460 1135- info@guarango.pe

<http://www.guarango.pe>



Género: Documental
Duración: Serie de 3 episodios (25 minutos cada uno)
Co producido con tve
Tema: Iniciativas ingeniosas, prácticas y replicables de empresarios proactivos con conciencia ambiental.

Link del trailer: <http://bit.ly/1NEeSfr>

Referencias

Nombre del cliente: Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo (PRONABEC)

Contacto: Lic. Gustavo Mallma Arrescurrenaga – Jefe de Prensa y Comunicaciones
Teléfono: 2242642
Email: gumarres@gmail.com

Nombre del cliente: Socios en Salud Sucursal Perú

Contacto: Ana Graciela Vera Vargas – Responsable de Actividades 1.3 y 1.4 / Objetivo 1TB – VIII Ronda – Fondo Mundial
Teléfono: 6125200 Ax 1129
Email: anitvera@gmail.com

Nombre del cliente: Practical Action Sucursal Perú

Contacto: Alicia Quezada Chávez- Gerente de Consultorías América Latina
Teléfono: 4447055 - 4475127 Ax 296
Email: Alicia.Quezada@solucionespracticadas.org.pe

Nombre del cliente: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)

Contacto: Carmen Cabrera – Responsable de la Oficina de Comunicaciones y Prensa Fondo Mundial
Teléfono: 2027000
Email: comunicaciones@aecid.pe

Nombre del cliente: World Wide Fund for Nature (WWF)

Contacto: Heidi Rubio Torgler – Directora del Proyecto Conservación del Corredor Purús Manú - ICCA
Teléfono: 4405550 Ax 1114
Email: heidi.rubio@wwfperu.org

Nombre del cliente: Oxfam América Latina

Contacto: Ruth Mier y Terán – Oficial de Comunicaciones
Teléfono: 2423659 / 2416847
Email: rmierysteran@OxfamAmerica.org

Nombre del cliente: Ministerio de Salud

Contacto: Katya Rojas Junes – Responsable de Comunicaciones
Teléfono: 3195700
Email: krojasj@minsa.gob.pe