

# Manuel Cárdenas: “Cuidamos marcas que cuidan personas”

Chamán es una agencia de publicidad y marketing, especializada en branding y desarrollo de marcas, que desde hace nueve años viene trabajando de manera independiente y con voz propia.

“Apostamos ser una agencia de capital 100% peruano, lista para conectar con las necesidades del mercado”, comenta el director y fundador de la agencia Chamán, Manuel Cárdenas.

## Creatividad en marcas

Precisa que la creación de la agencia se dio, principalmente, porque muchos sectores empresariales estaban desatendidos y no había agencias suficientes para atender sus negocios, los cuales demandaban ser comprendidos, además de ayuda para canalizar correctamente sus recursos, oportunidad que supieron aprovechar.



Gladys Tinta: “Apoyamos la formalización de las mypes”



Juan Lazarte: “Buscamos formar ciudadanos globales”



Dragan Joksimovic: Siete lecciones empresariales para aplicar en épocas de crisis

**“Podemos decir que el centro de nuestra industria sigue siendo la creatividad enfocada en resultados específicos, por tanto, cada día nos esforzamos en reafirmar que ello es nuestro norte”, añade.**

Actualmente, la firma llega a un público que está involucrado a un sinnúmero de plataformas digitales y toma decisiones con un mayor acceso a la información. En ese sentido, este año ha logrado renovar su página web [www.chaman.pe](http://www.chaman.pe) con el objetivo de visualizar su trabajo y captar nuevos clientes.

## **Importantes logros**

**Entre los logros alcanzados, Manuel Cárdenas destaca su buen posicionamiento en el mercado como una agencia versátil, que pone al centro su capacidad de generar ideas efectivas para beneficio de las marcas.**

**“No evaluamos la envergadura de la misma, sino la visión que tenga de construcción como marca. Eso nos ha dado la posibilidad de trabajar con emprendedores y empresas consolidadas y líderes en sus categorías como Prima AFP, Mibanco, Fibraforte, Cirsa Perú, GASA Inmobiliaria, entre otras”, precisa Cárdenas.**

**Asimismo, refiere que lo principal, en esta coyuntura de crisis sanitaria, es pensar en el bienestar de su equipo profesional, porque así podrá trasladar lo mejor de la agencia**

**a las empresas.**

“Tenemos la clara misión de cuidar marcas que cuidan personas. En ese sentido, buscamos hacer un trabajo honesto, que siempre tenga como norte los objetivos que nos plantean”, revela.

Por otro lado, si bien han tenido algunas experiencias fuera del Perú, este año esperan afianzarse en el rubro de la publicidad abriendo una operación en Estados Unidos. “Es un mercado que nos atrae bastante y en el que estamos en condiciones de competir”, anota.