

PROGRAMA DE DISEÑO DE MARCAS

El “Programa de Diseño de Marcas” es una actividad que se está diseñando con un doble nivel de atención: la primera etapa, busca asistir al empresario exportador en la mejora individual de su imagen corporativa, brindándole las herramientas para lograr una marca de clase mundial.

En una segunda etapa una vez posicionada la marca con un esfuerzo individual, se busca la consolidación de la oferta exportable del sector, a través del esfuerzo de apalancamiento grupal con el desarrollo de marcas sectoriales.

Objetivo

Lograr de manera conjunta la penetración y posicionamiento en mercados internacionales de productos y servicios peruanos, a través del desarrollo de las marcas individuales y en un grado más avanzado de las marcas sectoriales.

Contenido

- Primera Fase: Diagnóstico de la marca individual/ diagnóstico del Brand sectorial
- Segunda Fase: Implementación de los resultados del diagnóstico de marca.
- Tercera Fase: Medición de los resultados de la implementación del Brand sectorial o individual
- Cuarta Fase: Divulgación de los resultados de la experiencia.

Público objetivo

Empresas exportadoras dispuestas a mejorar su imagen corporativa o iniciar una experiencia de comercialización, bajo un desarrollo de marca sectorial en nuevos mercados o en mercados en crecimiento.

Requisitos y condiciones

- Empresas privadas y asociaciones civiles de productores de bienes o servicios, legalmente constituidas en el Perú.
- Acreditar por lo menos 1 año de inscripción en el RUC de la SUNAT.
- No tengan impedimentos para contratar con el Estado.
- La empresa permitirá la medición de los resultados de la experiencia.

Duración

La participación en el programa de desarrollo de marcas será de dos años como mínimo.

Indicadores de medición de cumplimiento

Indicadores	
1	N° de empresas participantes en el Programa % de penetración del mercado de cada marca N° de transacciones comerciales concretadas bajo la implementación de la marca individual o colectiva