



Seminarios Miércoles del exportador

Marca Perú

Herramienta de promoción
del país al mundo

Lima, 21 de mayo de 2025

Vanessa Martínez E.

Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País



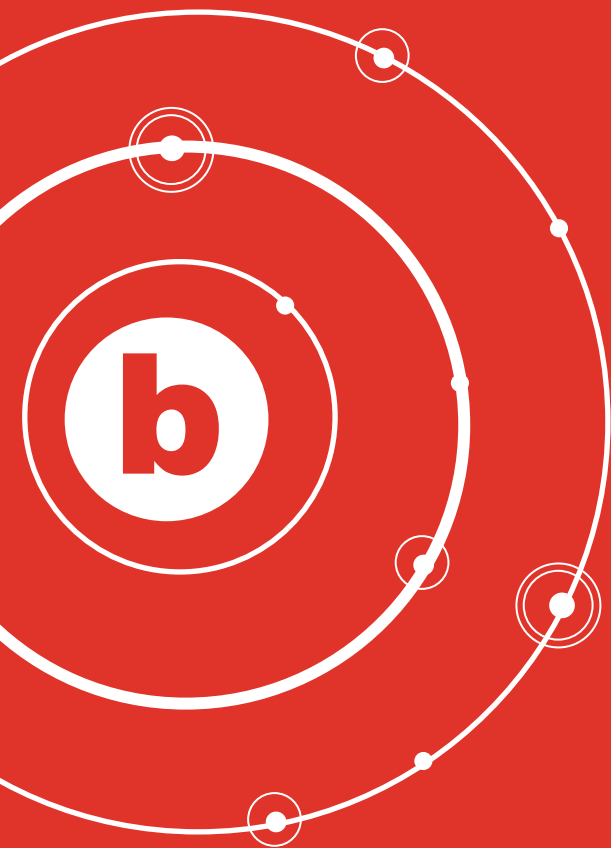
Marca País

¿Qué es?

Herramienta que permite asociar un conjunto de valores a un país.

¿Para qué?

COMPETIR: Diferenciarnos de otros países y atraer turistas, compradores e inversionistas.




¿Por qué una marca país?

Una marca país es mucho más fuerte que una marca comercial.

Es la suma de experiencias de innumerables generaciones.

Son los sentimientos, esperanzas y deseos de una nación; el pasado, presente y futuro de todo un país.



Se presenta al mundo como
un **destino turístico** rico
en historia y **cultura ancestral**.

Perú

Una nación en crecimiento.



Perú

En el 2009, el Perú decidió trabajar profesionalmente en el desarrollo de una marca país que abarque TRES áreas.





Turismo

Exportaciones





Inversiones

Con proyección al futuro...



País conectado



País con negocios descentralizados





País pujante



Consolidando al Perú como un destino atractivo para el turista



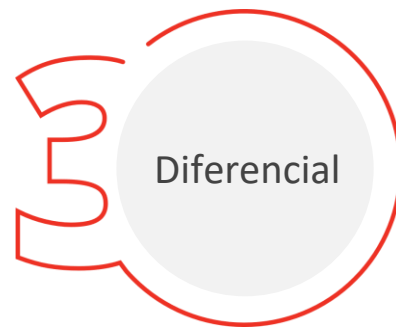
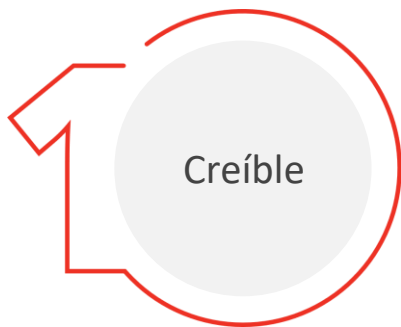
Obteniendo la preferencia de los mercados por nuestros productos y servicios



Alcanzando la confianza de los inversores

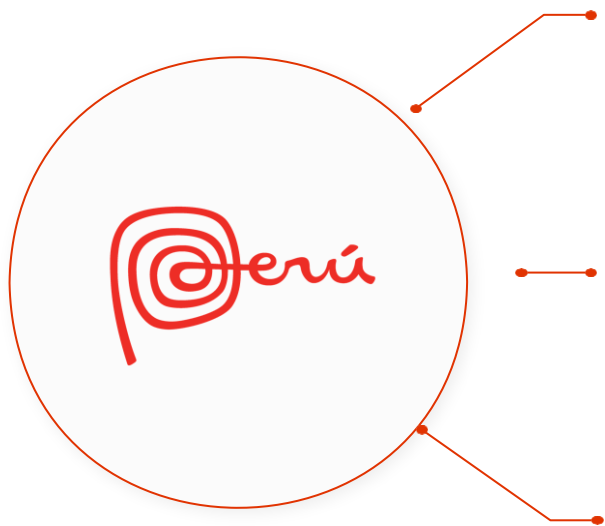
 **El desafío**

Encontrar un posicionamiento para el Perú



✧ Marca país Perú

*“La promesa debe ser respaldada por el desempeño. Lo que decimos, por lo que hacemos.
Lo que anunciamos, por lo que entregamos”*



Una marca país es una herramienta que asocia un conjunto de valores a un país y que nos permite competir de una manera diferenciada con otros países.

El objetivo principal es posicionar a nuestro país a nivel mundial, contribuyendo al conocimiento del mismo, mediante una identidad única, relevante y consistente.

Contribuir a potenciar la autoestima y orgullo de los peruanos, logrando que se identifiquen y valoren la marca país.

Pilares: Polifacético: Variedad / cantidad
Especialista: Profundidad/ calidad
Cautivador: Resultado / efecto

☀ Nace la Marca Perú

- El 10 de marzo del 2011 se lanzó oficialmente la Marca Perú.

Su logotipo, recuerda las **Líneas de Nasca**, transmite con eficacia la propuesta de valor de nuestro país y se ha convertido en la insignia que acompaña a todos los peruanos que realizan negocios en el extranjero.



Pilares de marca



Polifacético



Especialista



Cautivador

Color principal



Pantone® 485c
CO M100 Y100 K0
R218 G41 B28

Paquete gráfico



Tipografía

Bree Perú

Títulos

Subtítulos, bajadas y copy

destacados ajenos
al cuerpo de texto

Clan OT

Clan OFFC

Cuerpos de textos,
aclaraciones y notas

Tablas con números
Información anexa



☀ Nace la Marca Perú

La Marca Perú como herramienta de promoción del país enfocada en impulsar sectores como:

* Turismo

El 2007 previo a la creación de la Marca Perú, el turismo generó S/.11 688 millones, cifra que se impulsó hacia el 2015 para llegar a los 16 799 millones de soles y aportar el 3.5 % del PBI nacional.



**Exportaciones

El 2010 antes de la creación de la Marca Perú, las exportaciones totales ascendían a \$35 803 millones. Al cierre del 2011 año de creación de la marca se incrementaron en 30 % para llegar a \$46 376 millones y seguir creciendo en los siguientes años.



***Atracción de Inversiones

El 2010 antes de la Marca Perú, la IED fue de \$21 265 millones y creció casi un 30 % hasta los \$23 233 millones registrados el 2019 antes de la pandemia.



*Cuentas Satélite del turismo, MINCETUR

**Exportaciones, Sector Externo, Instituto nacional de estadística e informática, INEI

***Saldo de inversión extranjera directa - PROINVERSIÓN

Campaña de lanzamiento “Peru, Nebraska”



Lanzamiento Internacional



Las campañas de marca Perú

Nacional

Perú, Nebraska



+ 57%
Peruanos que se sintieron orgullosos de la Marca Perú

+ 42
Premios a nivel nacional e internacional

+ S/ 5.2 M
Publicity

Loreto, Italia



558,340 vistas
Fue el video más visto en YouTube en la 1era semana del lanzamiento

Representantes de lo nuestro



+10,000
Fotos y videos subidos

1'921,337
De reproducciones en el canal de YouTube

9,792
Personas inscritas en la plataforma

Más Peruano que



+2 millones
Fue premiado por YouTube, al lograr más de 2M de visualizaciones en los primeros días de lanzamiento (Fiestas patrias / Día de la Canción Criolla).

Intercambiados



483.2 M
De impactos

16.5 M
En alcance

55 M
En reproducciones de video

S/ 1.3 M
Valorización de publicity en medios

10° Foro Iberoamericano de Marca País - Perú



El sabor que faltaba



Perú, país de dones infinitos



Campaña nacional



+15,8 millones
Personas alcanzadas a nivel nacional

+S/ 100 mil
Valorización en medios nacionales



Internacional

Recordarás Perú



8,330,327
Vistas en Youtube en sus diferentes idiomas

213 M
Alcance a nivel internacional

Perú, dedicado a ti, dedicado al mundo



Un spot principal y cuatro videos sobre textil, agroindustria, pisco y gastronomía

Se difundió en National Geographic y Fox en Latinoamérica

Make it happen in Peru



Mejor Campaña en Twitter en los premios Latam Media Digital 2016 - 2017

1'725,493
Impactos y se alcanzaron más de 8,984 interacciones

Casa Perú



+530 000
De personas impactadas en la Casa Perú (Moscú y Móvil).

USD 28 M
De valorización en medios

28 mil
Visitas en el minisitio en peru.info

ARCO Madrid 2019



Valorización en medios internacionales:

48,950,363 euros

Maletas del Perú



Ganó el Ojo de Iberoamerica
Categoría eficacia y medios alternativos

Premio Ideas en Perú
Plata y bronce



Marca país como marca de confianza del año
iTrust Consumer Brands (2022)

Expo 2020 Dubái



+S/. 53.16 M
En valorización en medios nacionales e internacionales

US\$ 50.7 M
En compromisos comerciales

Exposición Universal entregó el **Premio de Oro** al mejor diseño de exhibición

Expo 2025 Osaka-Kansai



Duración
13 abr - 13 oct 2025
Proyecciones:

USD19 millones
Oportunidades comerciales

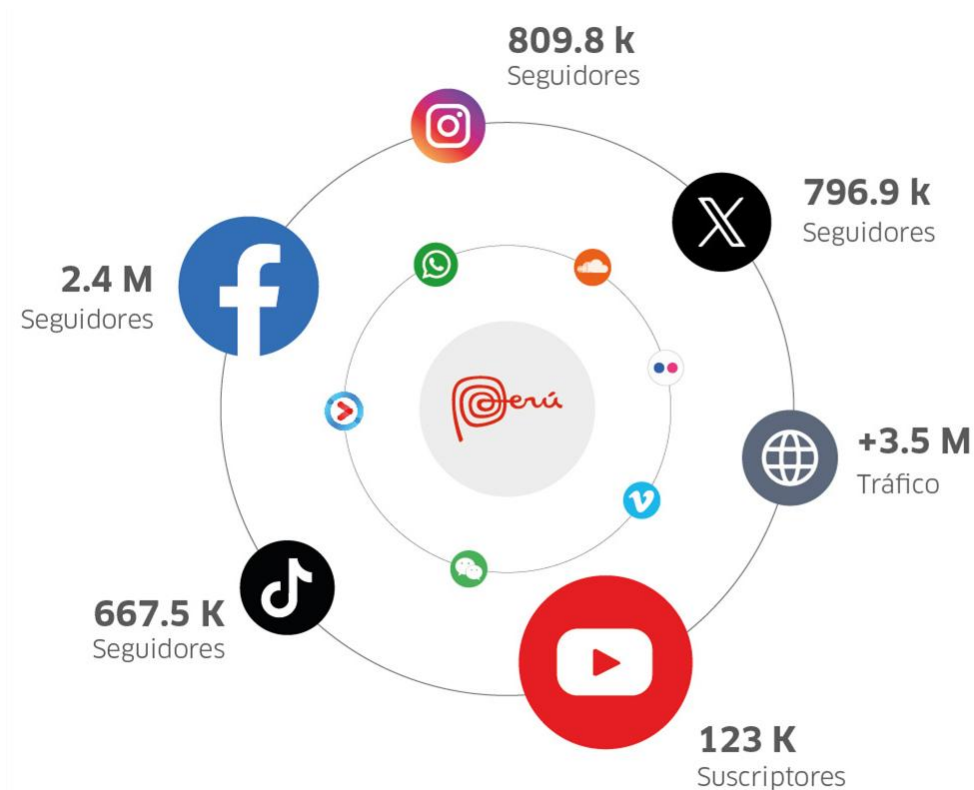
+3 millones
De visitantes

*M = millones

✦ Ecosistema digital Marca Perú

La marca país Perú ha logrado construir un ecosistema digital para acercarse a sus audiencias y extender la experiencia del país, con contenido relevante, consistente y atemporal.

La cuentas de Instagram @Peru y TikTok @marcaperu se ubican en el primer lugar con respecto a los países de Sudamérica.



☀️ Luego de más de 14 años con la Marca Perú

La Marca Perú es una poderosa y eficiente herramienta de comunicación enfocada en impulsar sectores como:

* Turismo

Al cierre del 2023 se generaron divisas por \$3 677 millones por turismo receptivo y \$4 912 millones por turismo interno. El turismo aporta el 2,5% del PBI nacional y genera 1 millón de puestos de trabajo, con una tendencia positiva hacia los siguientes años.



**Exportaciones

El 2023 las exportaciones fueron de \$64 355 millones. Las exportaciones no tradicionales fueron de \$18 468 millones y representan casi el 30% del total de exportaciones, con un crecimiento del 33,6% en los últimos 5 años.



***Atracción de Inversiones

El 2023, según el BCRP la inversión extranjera directa fue de \$30 171 millones. Del mismo modo se proyecta un crecimiento del 11% en el flujo de inversiones para este 2024.



*Resultados del Turismo 2023, MINCETUR

**Resultados de Exportaciones 2023 - MINCETUR

***Saldo de inversión extranjera directa 2023 - BCRP , PROINVERSIÓN

☀ Desempeño de la Imagen y Marca País

Estudios realizados por consultoras nacionales e internacionales han destacado el éxito de la Marca Perú a nivel nacional e internacional desde su creación a la fecha.



RepCore
Nation

↑ **50.2 a 64.5**

(2011 – 2024)

1ra marca país de la región
latam y dentro del TOP28
mundial



Brand
Finance

↑ **\$ 90 a 177
billones**

(2011 – 2024)



Future Brand
Country Index

↑ **12 posiciones**

(2014 – 2020)

2020 - La 2da mejor marca
país en Latinoamérica y
puesto 37 en el mundo



Nation
Brand Index

↑ **50.5 a 55.8**

(2011 – 2024)

TOP5 de la región latam y
posición 39 del mundo



Orgullo Nacional
por la marca Perú

↑ **57% al 81%**

Peruanos orgullosos
(2011 – 2023)



Recordación y
familiaridad hacia
la marca Perú

↑ **24% a 50%**

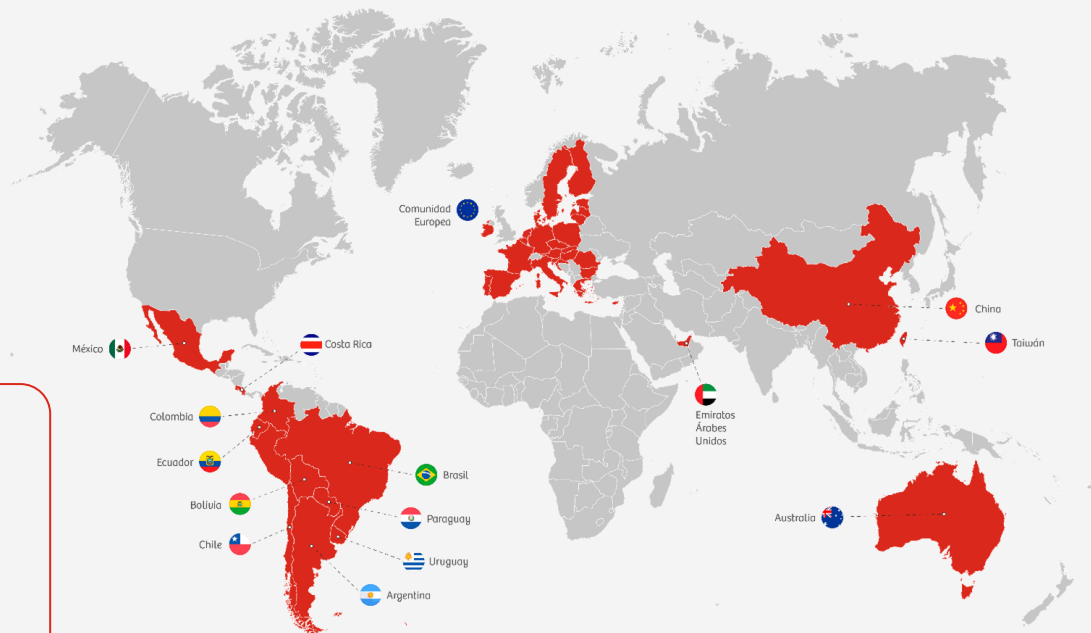
Peruanos que recuerdan la marca
Perú (2011 – 2023)

☀ Protección de la marca Perú

La marca Perú se encuentra protegida a nivel nacional en las 45 clases de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios – Clasificación NIZA hasta el 2031. Y en más de 40 países a nivel internacional.

COMUNIDAD ANDINA
DECISIÓN N° 876
Régimen Común sobre Marca País

“el uso de las marcas país por parte de los Países Miembros de la Comunidad Andina forman parte de las políticas nacionales para la promoción de diversos sectores comerciales, entre otros, el turismo, las exportaciones y las inversiones, así como la imagen positiva del país”



Programa de Licenciarios

✦ Uso de la marca por los peruanos

🎯 Objetivos:



Sumar a las empresas peruanas para difundir lo mejor del Perú a través del uso de la marca Perú y las marcas sectoriales.



Potenciar el conocimiento de Perú y sus atributos sectoriales a nivel nacional e internacional.



El crecimiento de cada **licenciatario** contribuye a que PROMPERÚ fomente el orgullo nacional y posicione la marca Perú como símbolo de calidad y confianza.

PROMPERÚ supera las **800 licencias** emitidas para usar la Marca Perú.



✦ Gestión y administración del Programa de Licenciatarios



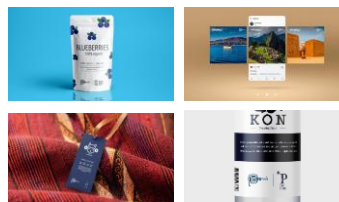
Reglamento



Plataforma de Licenciarios



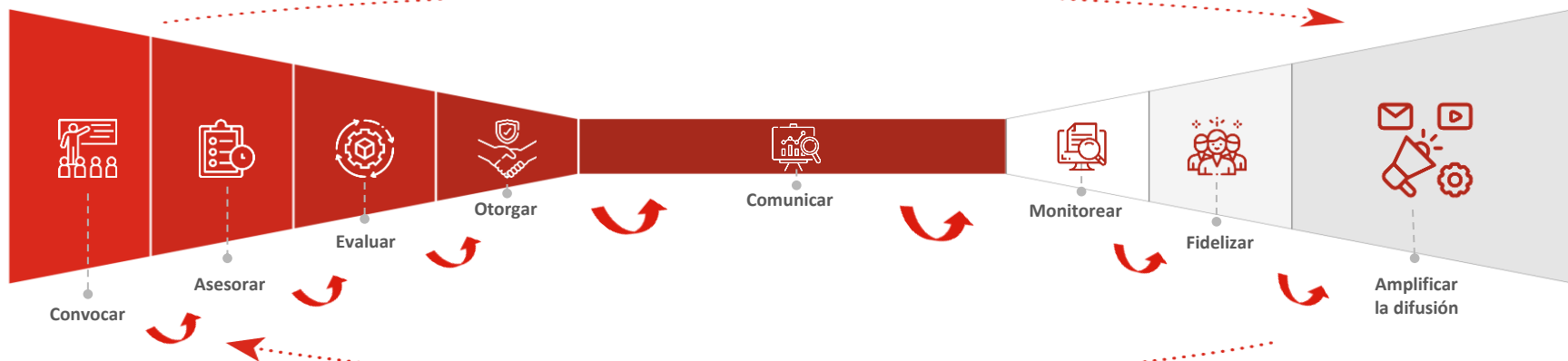
Certificado



Visibilidad nacional e internacional



Minisite Licenciarios
<https://peru.info/es-pe/marca-peru/programa-de-licenciarios>



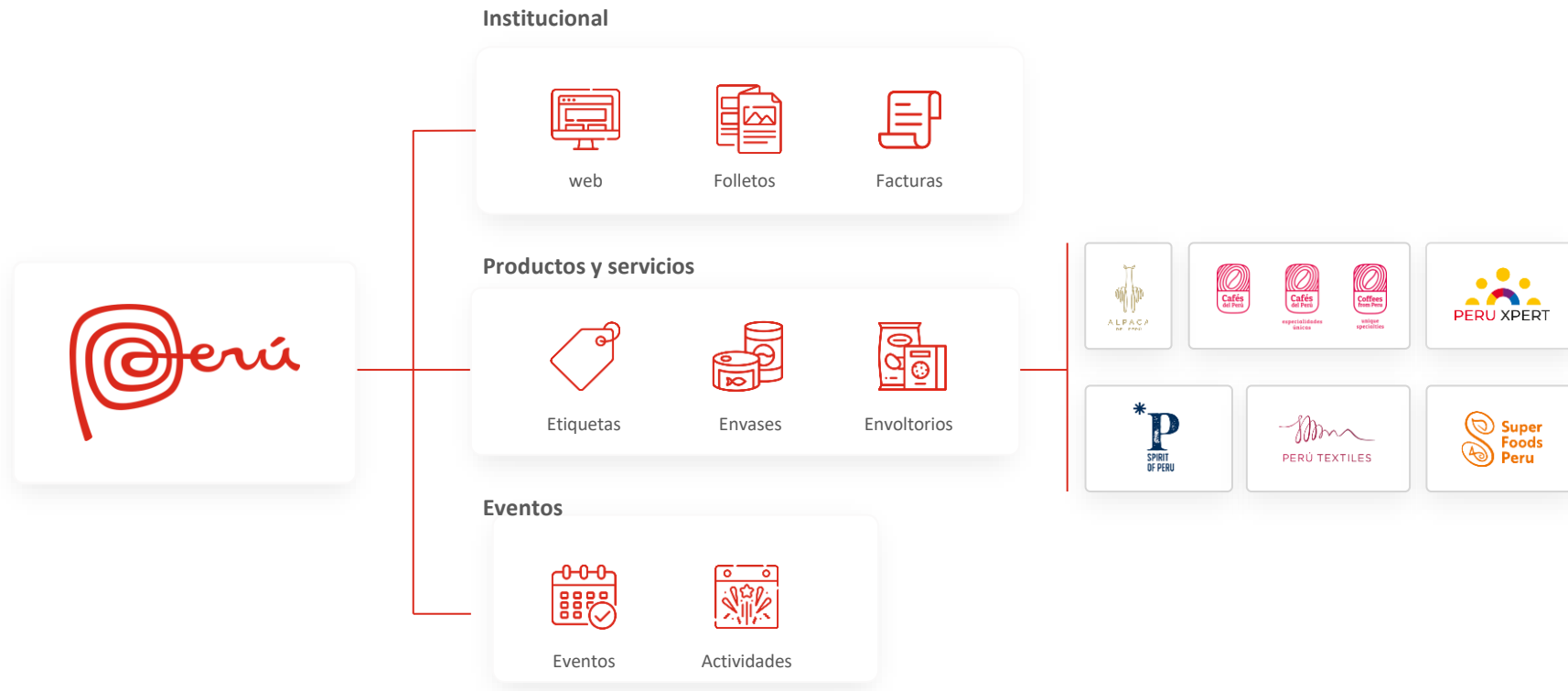
96%

Los licenciarios recomendaría el Programa a otros empresarios.

Mayor información:

marcapais@promperu.gob.pe

☀️ Marcas a Licenciar y Tipos de licencia





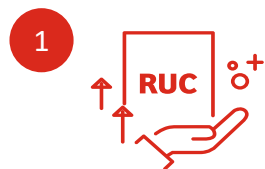
Requisitos



Requisitos generales

Para uso institucional y eventos

Personas jurídicas



+2 años de
operaciones
(SUNAT)



Licencia de
funcionamiento
de la empresa



Presencia
digital



Correo
electrónico
corporativo



+2 cartas de referencia,
reconocimientos,
certificaciones



Declaración
Jurada





Requisitos generales

Para productos o servicios peruanos

7



Certificado de origen
del bien / DDJJ de
servicio peruano

8



Inscripción
vigente
(INDECOPI)

9



Habilitación Sanitaria
vigente*

10



Registro Sanitario
de Alimentos y
Bebidas*

11



Denominación de
origen (INDECOPI)*

12



Declaración jurada PI
(Propiedad intelectual)*

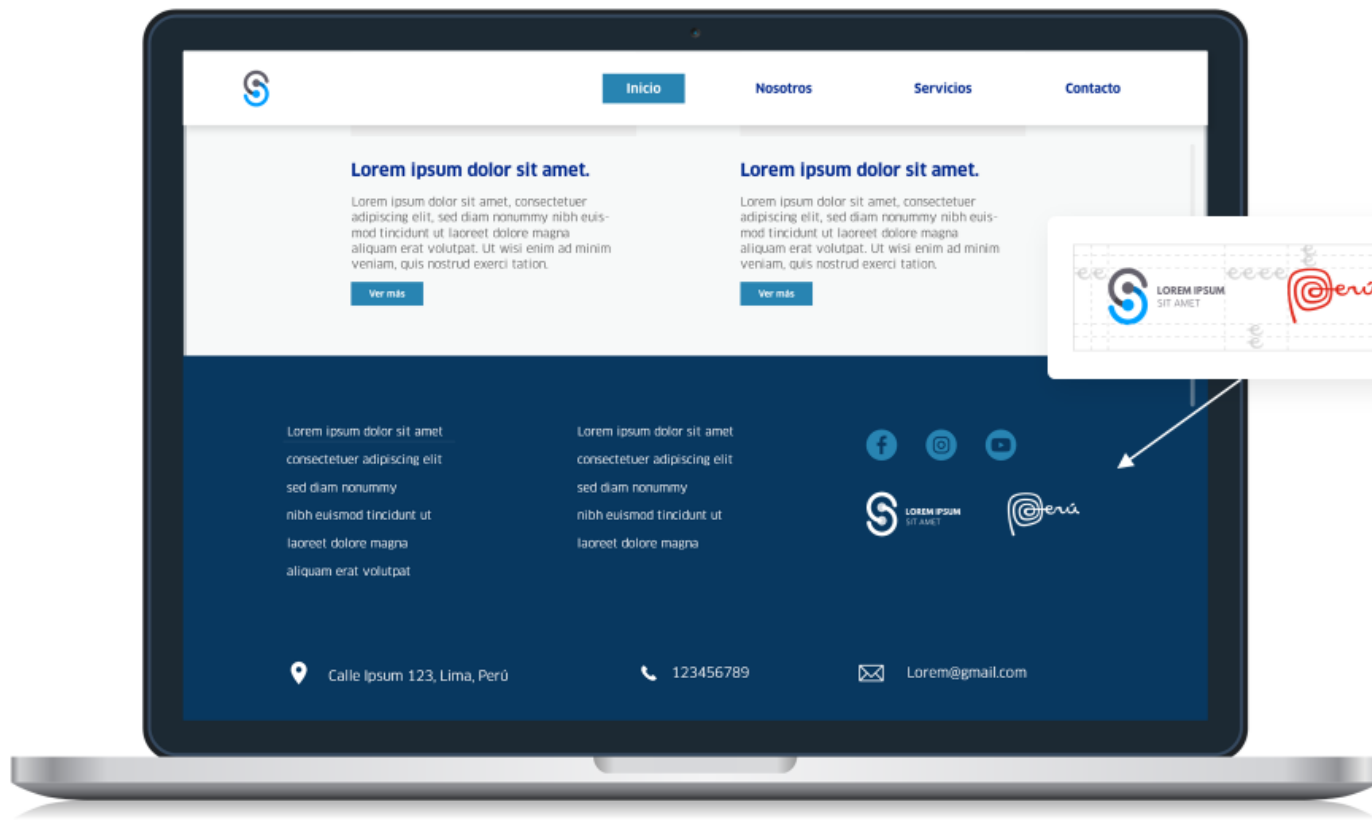
* Cuando corresponda.



Institucional

Brochure





Institucional

Furgoneta



Institucional

RR.SS



Institucional

Merchandising



Producto

Envases



Producto

Envase

KON

— Peruvian Pisco —

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud ex



Producto

Envoltorio



Producto

Empaque



Producto

Hang Tag



ALPAQUI

100% COTTON



MACHINE WASH COLD GENTLE
CYCLE WASH DARK COLORS
SEPARATELY DO NOT BLEACH
TUMBLE DRY LOW COOL IRON IF
NECESSARY

Perú



Producto

Caja de frutas



Evento

Stand



Evento

Backing



Seminarios Miércoles del exportador

Preguntas y respuestas

**Vanessa Martinez
Espinoza**

Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País

vmartinez@promperu.gob.pe

