



MARCA PAÍS PERÚ

Herramienta de promoción

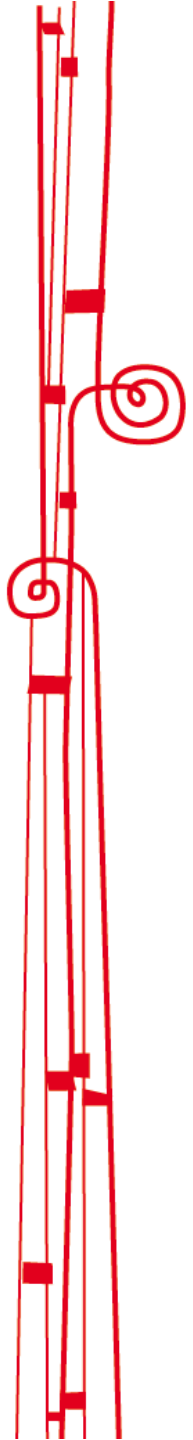
Hermann Montalvan

hmontalvan@promperu.Gob.pe

19 de noviembre de 2014

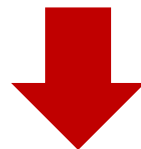
Lima, Perú





Marca País

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



COMPETIR

**MARCA PAÍS
PROMESA DE VALOR**

Entorno Mundial

Incredible India

Egypt
where it all begins

Canada
keep exploring

UruguayNatural

TAIWAN
Touch Your Heart

Argentina

UNIQUELY
Singapore

NEW ZEALAND
ALL BLACKS

amazing
THAILAND

México

Oman
SULTANATE OF OMAN

Colombia
es pasión

BRASIL



COSTA RICA
Sin Ingredientes Artificiales

ITALIA

Holland.

ecuador
ama la vida

Chile
Sorprende, siempre

ESTANOL

prom
perú



Machu Picchu



Acuerdos
comerciales



Gastronomía



Séptimo arte



Premio Nobel



Amazonía,
Maravilla
Natural



Proyección al futuro...



País
conectado

Un hub internacional



País con negocios
descentralizados



País con alto
nivel
educativo



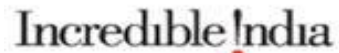
País
pujante





¿Cuál va a ser el
mensaje?

Competidores: posicionamiento







Polifacético



variedad /
cantidad



Especialista



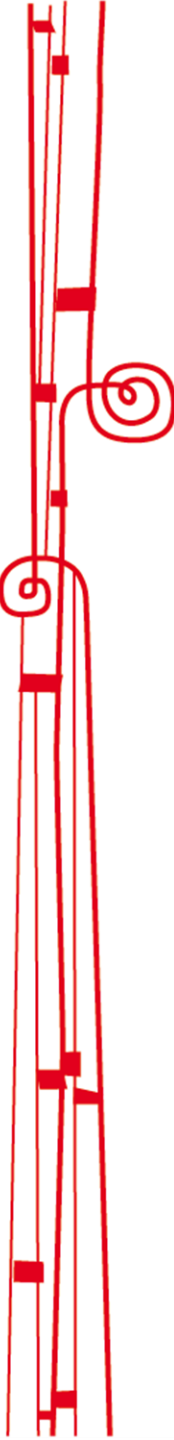
profundidad /
calidad



Cautivador

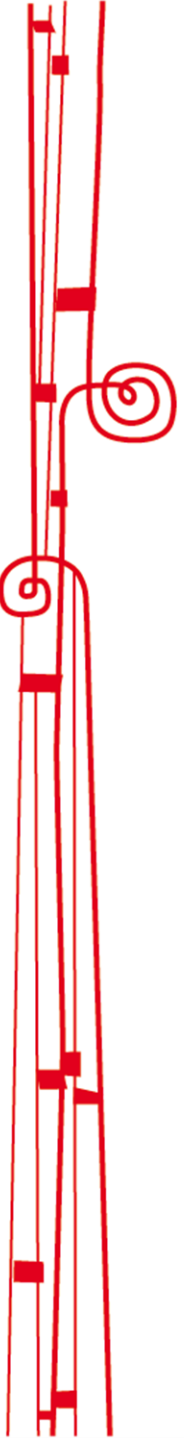


resultado /
efecto



Nos
preguntamos
si había algo
que pudiera
convertirse
en el nuevo
símbolo del
Perú:

- ¿un objeto?
- ¿un animal?
- ¿un producto?



Y
descubrimos
que el
potencial
estaba en su
nombre:

Perú

- 4 letras
- sonoridad
- consistencia
en diferentes
idiomas
- tilde
distintiva



Cantalloc





Mochica

Nazca

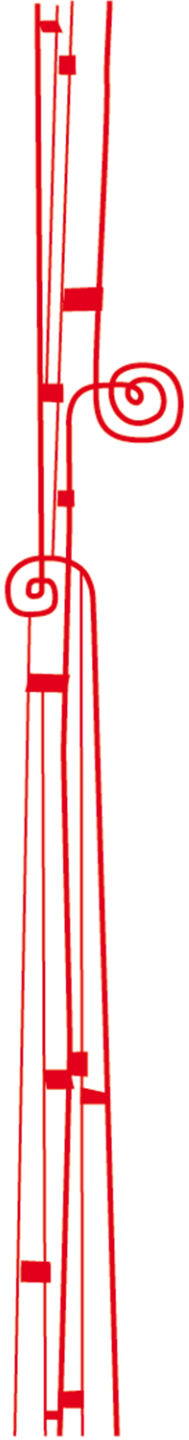


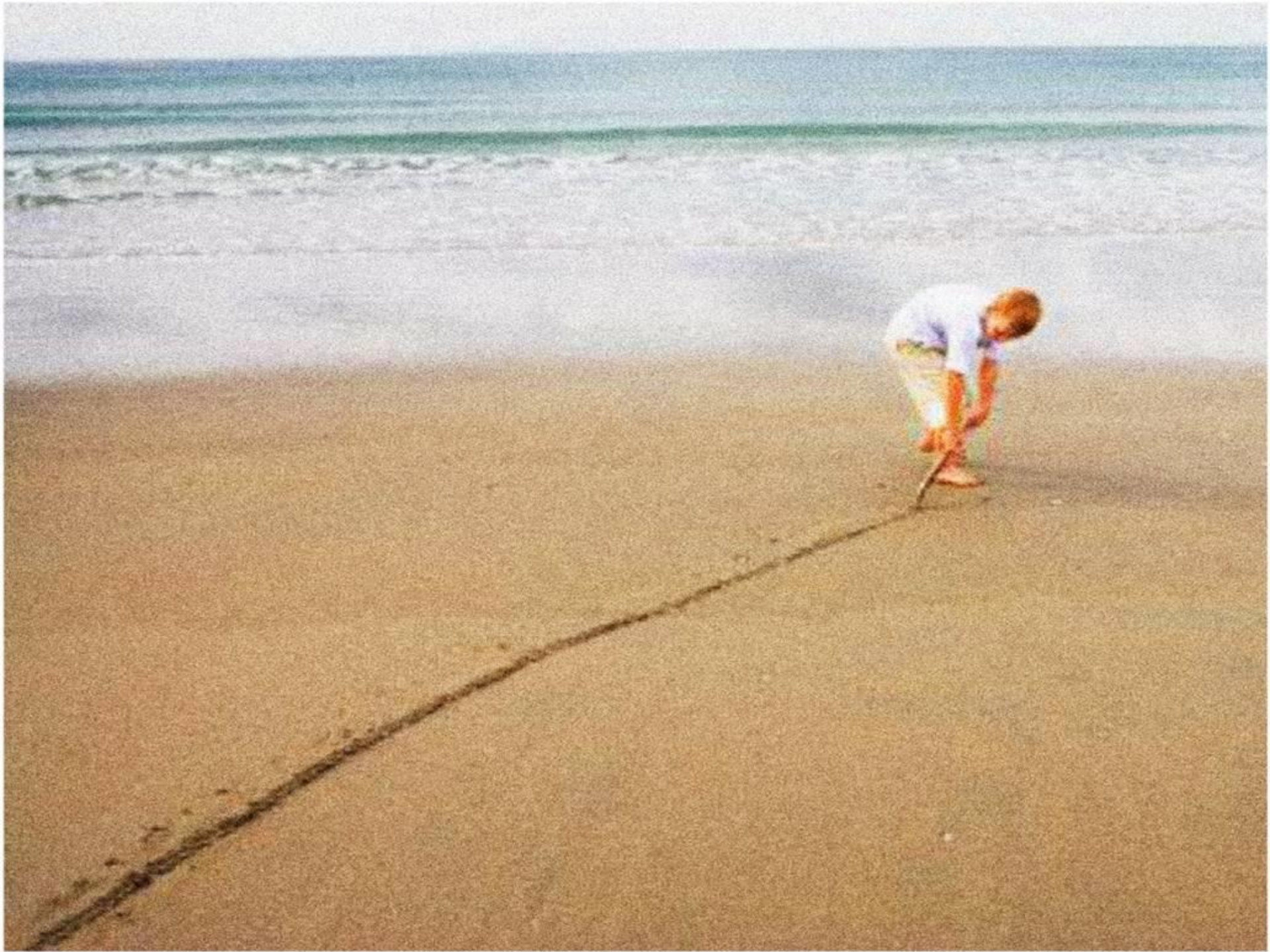


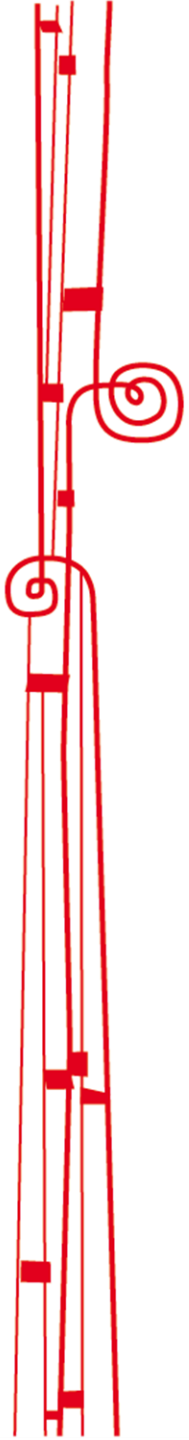
Inca



Pero con una
proyección de futuro
sobre nuestra
identidad...







a



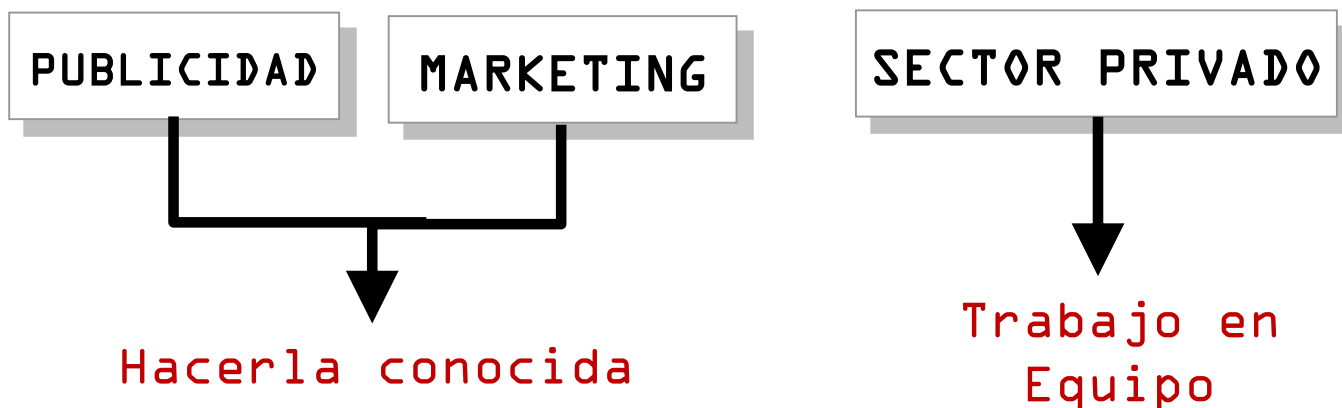
PROMOVER

- AL PERÚ
- LO PERUANO



- Aumentar el flujo de turistas (interno/receptivo)
- Mejorar la competitividad de las exportaciones
- Atraer inversión extranjera directa
- Mejorar la imagen general (Gastronomía, Arte, Música, Deporte)

¿CÓMO LOGRARLO?





PERU CITY HALL

1536
Very Special People Inside
Please Drive Safely
Established 1928
ARROW STAGE LINE
arrowstagelines.com



Necesitamos
de USTEDES!



Turismo

Exportaciones

Inversiones



Polifacético



variedad /
cantidad



Especialista



profundidad /
calidad



Cautivador



resultado /
efecto

Alto reconocimiento a nivel nacional de la Marca Perú

Fuente: Directo Marketing 2013



78%

66%

96%

83%

89%

89%

Marca Perú
a Nivel Nacional

Lima

Norte

Sur

Centro

Selva

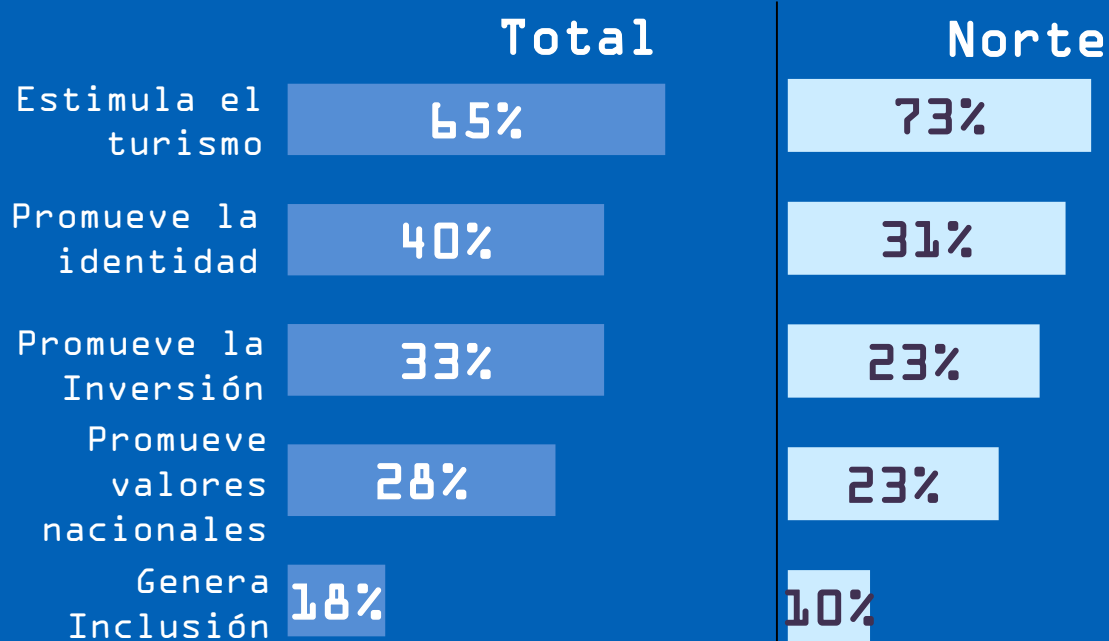
P5. ¿ Ha visto este comercial alguna vez?

P6. ¿ De qué manera trata este

La Marca Perú estimula el turismo, promueve la identidad y la inversión

99% Considera importante tener una Marca Perú!

Razones de Importancia



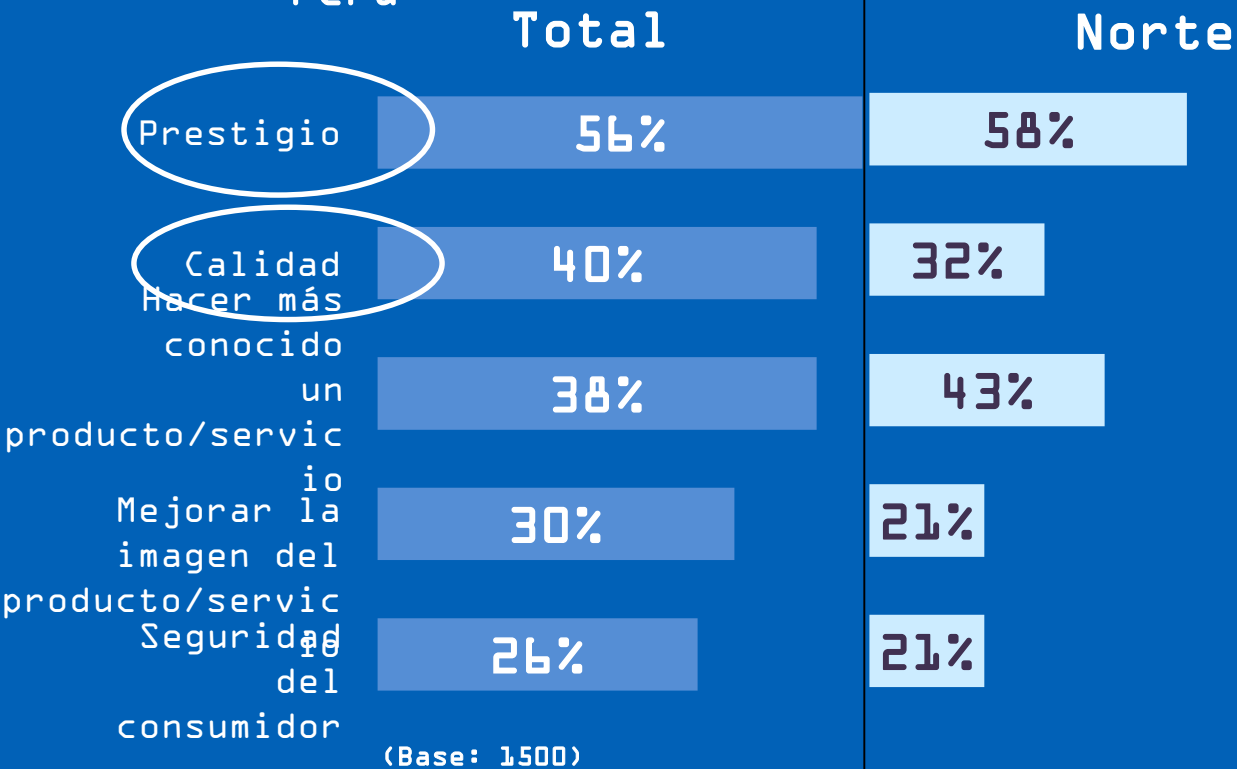
(Base: 12493)

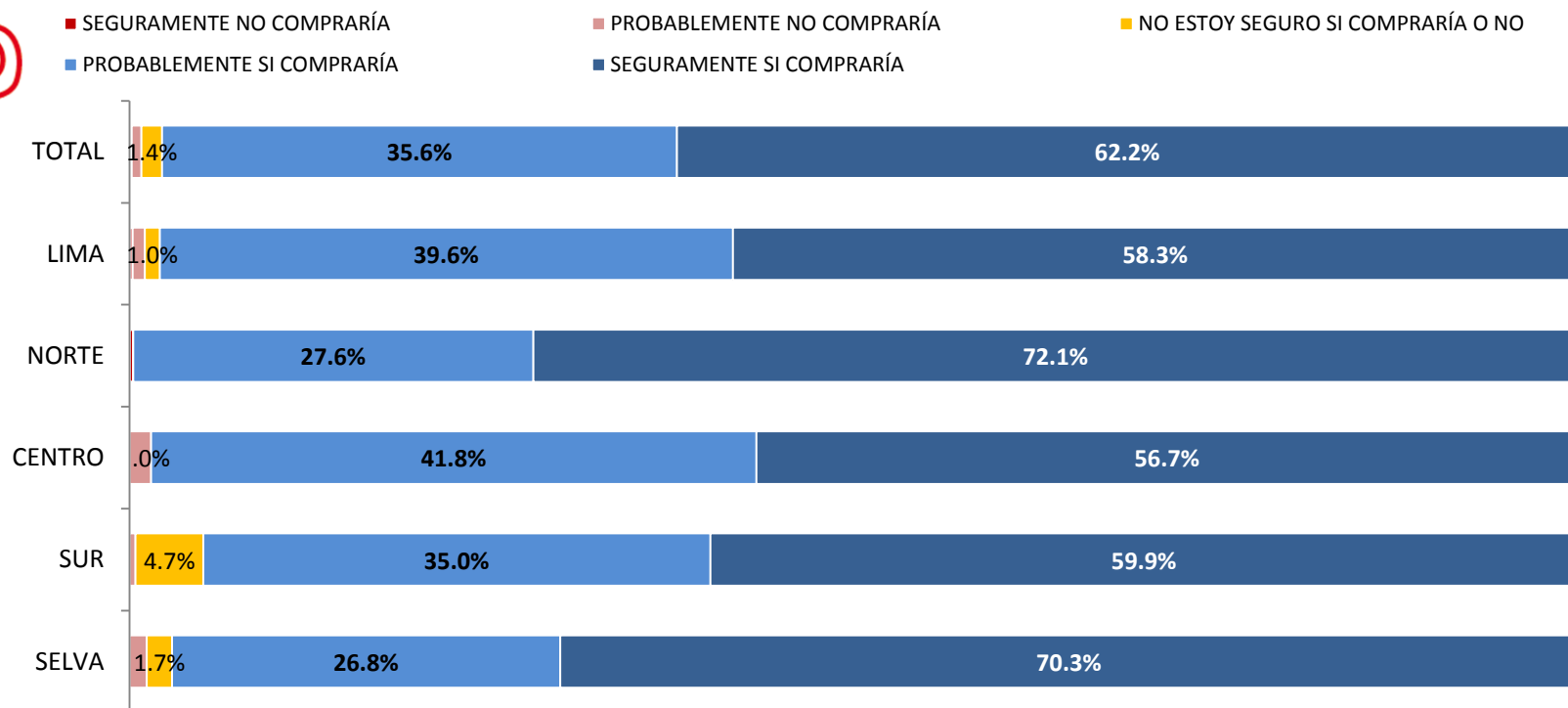
P17. ¿Por qué razones considera tener una marca Perú?

Base: Total de entrevistados
(1218)

Marca Perú: prestigio, calidad y reconocimiento

Beneficios que
aportarí la Marca
Perú





Uso de la Marca

4.9 cm

14 cm

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de la porción	20g aprox.
Porciones en el envase	aprox. 7
Cantidad por ración	
Calorías	45 Calorías de Grasa 40
%Valor diario*	
Grasa Total 4.5g	9%
Grasa Saturada 1g	2%
Trípsico 1g	0%
Colectoral 0mg	0%
Sodio 230mg	10%
Carbohidratos Totales 1g	1%
Fibra dietética 1g	10%
Azúcar 0g	
Proteínas 0g	

*Los porcentajes de los Valores Dietéticos están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus Valores Dietéticos pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

Ingredientes: Aceituna, Agua, Aceite de Grasa, Pimiento, Cebolla, Ajo, Rocoito, Sal, Orégano, Pimienta, Ácido Acético, Ácido Cítrico.

Olivalle
El sabor de nuestra naturaleza
Tapenade Aceitunas con Pimiento
Peso Neto 140g

Almacenar en lugar fresco. Refrigerar después de abierto. Puede contener fragmento de pepa.

Producido por: AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A.
 Av. Los Falsanes 148
 Urb. La Campiña Chorrillos - Lima 09 - Perú
 Consultas y sugerencias: 2520424
 RUC: 20342015108
 Registro Sanitario: N4503007N / NAARNB

PRODUCTO PERUANO
www.olivalle.pe

4.9 cm

14 cm

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de la porción	20g aprox.
Porciones en el envase	aprox. 7
Cantidad por ración	
Calorías	45 Calorías de Grasa 40
%Valor diario*	
Grasa Total 4.5g	9%
Grasa Saturada 1g	2%
Trípsico 1g	0%
Colectoral 0mg	0%
Sodio 230mg	10%
Carbohidratos Totales 1g	1%
Fibra dietética 1g	10%
Azúcar 0g	
Proteínas 0g	

*Los porcentajes de los Valores Dietéticos están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus Valores Dietéticos pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

Ingredientes: Aceituna, Agua, Aceite de Grasa, Rocoito, Cebolla, Ajo, Sal, Orégano, Pimienta, Ácido Acético, Ácido Cítrico

Olivalle
El sabor de nuestra naturaleza
Tapenade Aceitunas con Rocoito
Peso Neto 140g

Almacenar en lugar fresco. Refrigerar después de abierto. Puede contener fragmento de pepa.

Producido por: AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A.
 Av. Los Falsanes 148
 Urb. La Campiña Chorrillos - Lima 09 - Perú
 Consultas y sugerencias: 2520424
 RUC: 20342015108
 Registro Sanitario: N4502907N / NAARNB

PRODUCTO PERUANO
www.olivalle.pe

4.9 cm

14 cm

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de la porción	20g aprox.
Porciones en el envase	aprox. 7
Cantidad por ración	
Calorías	50 Calorías de Grasa 45
%Valor diario*	
Grasa Total 5g	10%
Grasa Saturada 1g	2%
Trípsico 1g	0%
Colectoral 0mg	0%
Sodio 270mg	11%
Carbohidratos Totales 1g	1%
Fibra dietética 1g	10%
Azúcar 0g	
Proteínas 0g	

*Los porcentajes de los Valores Dietéticos están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus Valores Dietéticos pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

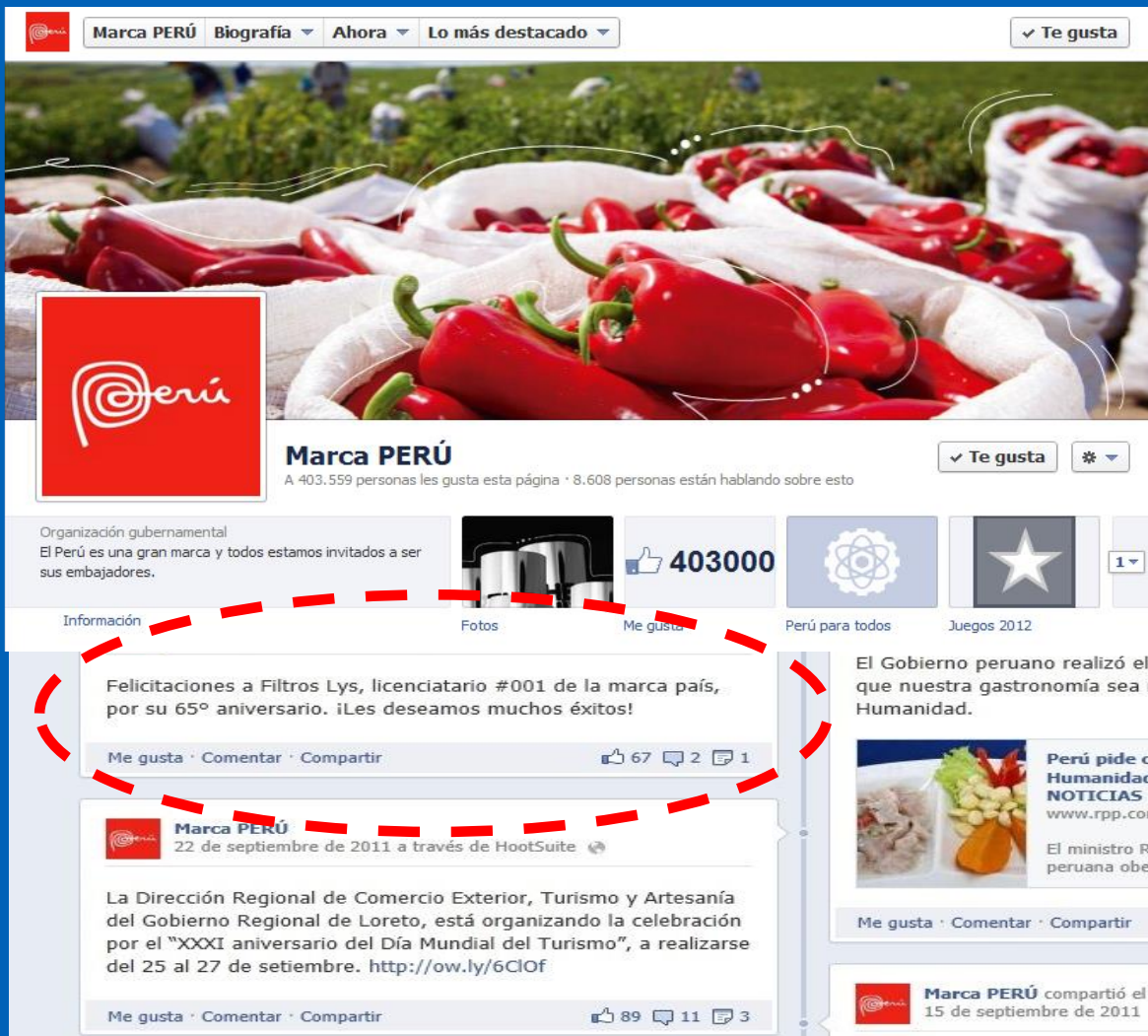
Ingredientes: 100% Aceituna negra en pasta

Olivalle
El sabor de nuestra naturaleza
Aceituna Negra Pasta
Peso Neto 140g

Almacenar en lugar fresco. Refrigerar después de abierto. Puede contener fragmento de pepa.

Producido por: AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A.
 Av. Los Falsanes 148
 Urb. La Campiña Chorrillos - Lima 09 - Perú
 Consultas y sugerencias: 2520424
 RUC: 20342015108
 Registro Sanitario: M8801310N / NAARNB

PRODUCTO PERUANO
www.olivalle.pe



VIERNES
de
Licenciatar
io

1'300,0

00

Fans

AYNI

"Hoy por ti, mañana por mí"



Boletín Informativo

N° 006 - Enero 2012



Este 11, 12, 13 y 14 de febrero
aprovecha las ofertas de

Febrero VIAJERO

[+ Información](#)

Bitácora

- 06 Ene** [200 holandeses recorrieron Perú en Volvos clásicos](#)
- 16 Ene** [Fortaleciendo vínculos en FITUR](#)
- 17 Ene** [PromPerú y FEAM firman convenio](#)
- 22 Ene** [PromPerú presente en CMT de Stuttgart](#)

Agenda

- 08 Feb** [PromPerú en encuentro turístico de Brasil](#)
- 29 Feb** [ANATO, atractiva vitrina en Colombia](#)
- 07 Mar** [Perú presente en feria alemana ITB](#)
- 22 Mar** [Nuestra Marca País en BRAZTOA 2012](#)

+ Noticias



[Una vitrina en Hamburgo](#)

Nuestro país participará en la feria Reisen Hamburg, la más importante en Alemania del norte. Competiremos con las mejores ofertas turísticas en dicho evento.



[PromPerú participará en Free München](#)

Free München es considerada la feria más importante de Alemania del sur para el sector de viajes y ocio. En la

Síguenos:



Destacados

- [1 Un Rally Dakar inolvidable](#)
- [2 Gastronomía peruana en Madrid Fusión](#)
- [3 Estrechando lazos con representantes de mercados estratégicos](#)
- [4 Perú presente en FITUR 2012](#)



Las mejores fotos del Rally Dakar

[Suscríbete al boletín aquí](#)

Perú en Vitrina

[El Amazonas sigue impactando](#)

Medio: Revista Viajar
Mercado: Español
Difusión: Diciembre 2011

[Colombianos en crucero de lujo por el Amazonas](#)

Medio: CM&
Mercado: Colombiano
Difusión: Enero 2012



Boletín Informativo

Licenciatar
ios

- Orgullo
- Distinción
- Diferenciarse de su
competencia



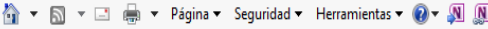
Tipos de Licencias

- Institucional
- Productos
- Eventos



www.peru.info

ArchivoEdiciónVerFavoritosHerramientasAyuda



InicioLA MARCA PERÚNOTICIASCAMPAÑASDESCARGASAGENDA

EsEn



TODOS HACEMOS PERÚ.

El Perú es una gran marca y todos estamos invitados a ser sus embajadores.

SOLICITE EL USO DE LA MARCA PAÍS

Solicite el uso de la Marca País

Paso 1: Descargue y lea el reglamento
Paso 2: Cree su cuenta o identifíquese

> DESCARGA DEL REGLAMENTO (PDF)

> IDENTIFICARSE O REGISTRARSE

> PREGUNTAS FRECUENTES

> BÚSQUEDA DE LICENCIATARIOS

Ejemplos según Tipo de Licencia



Institucional



Productos

> INVERSIONES

> EXPORTACIONES

> TURISMO

> WEB INTERNACIONAL

TweetsFollow

**Marca PERÚ** @marcaPERU 22m
Hoy Huancavelica nos regala

150%

WEB Y SOFTWARE

Web amigable y software online
permite un trámite ágil

Acceso a software de
licencias

Buscador de licenciatarios

Ejemplos de cómo se ha usado la
marca

Preguntas Frecuentes



WEB Y SOFTWARE

Web amigable y software online permite un trámite ágil

Paso 2

El solicitante y los OBJETIVOS de La Marca Perú

La Marca Perú es una herramienta para promocionar al Perú que tiene como objetivos la atracción de inversión extranjera directa, la promoción del turismo, las exportaciones y la imagen principalmente en los ámbitos de Gastronomía, Educación, Arte y Cultura, Deporte, Desarrollo de valores y el desarrollo de la autoestima nacional.

Estar alineado a los objetivos de la Marca Perú es un criterio de evaluación. Por favor elija el objetivo que mejor se alinee a su empresa.

Exportaciones ☐

Sustente según el OBJETIVO elegido:

Paso 4

Por favor registre los datos de su empresa

Guardar Avance

Tipo de Persona:

☒ Persona Jurídica

☐ Persona Jurídica Extranjera

☐ Persona Natural con Negocio

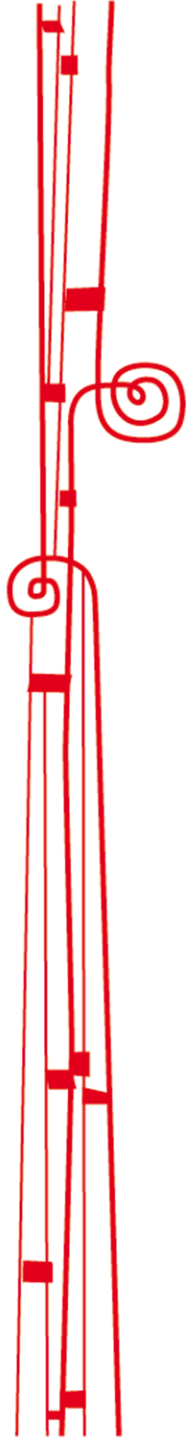
☐ Organismo Estatal

Razón social (*):

R.U.C. (*):

Adjuntar ficha RUC

Paso a paso los
solicitantes pueden
llenar y adjuntar
la información
requerida en la
evaluación



www.peru.info

marcapais@promperu.gob.pe