



prom
perú

Perú



PROMPERÚ: Acciones de promoción





Objetivos

Los objetivos estratégicos institucionales 2022 - 2025 de las tres líneas de promoción del Perú son:

Exportaciones

- Contribuir al incremento de la cifra de exportaciones no minero energéticas.
- Contribuir al incremento de la base exportadora.

Turismo

- Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas a través de la promoción de mercados de interés.
- Incrementar los flujos de viajes nacionales a través de la promoción de destinos turísticos.

Inversiones

- Impulsar la profesionalización y competitividad comercial del sector.
-



ÍNDICE

1. Panorama General
2. Acciones de promoción: Agosto – Diciembre 2021
3. Imagen País
4. Expo Dubái

1. Panorama General



✦ Plan Estratégico Nacional Exportador 2015-2025



✦ PENTUR 2017-2025 y Estrategia Nacional de Reactivación del sector turismo 2021-2023 (Ley N° 31103)

Competencia PROMPERU dentro de pilares PENTUR 2025*

- 1 **Diversificación y consolidación de mercados**
- 2 Diversificación y consolidación de la oferta turística
- 3 Facilitación turística
- 4 Institucionalidad del sector

COMPETENCIAS DE PROMPERÚ

- Impulso a la difusión de la inteligencia turística en el sector turismo a nivel nacional
- Impulso a la digitalización comercial de las empresas de turismo a nivel nacional
- Desarrollo de estrategias diferenciadas por segmentos especializados para el turismo receptivo
- Identificación y promoción en mercados emisores estratégicos para impulsar la reactivación del turismo
- Impulso a la promoción turística de experiencias de turismo sostenible
- Desarrollo de estrategias que impulsen la comercialización a través de aliados estratégicos locales

Competencia de PROMPERÚ dentro de Estrategia de Reactivación



Objetivo 1

Desarrollar y consolidar una oferta de destinos sostenibles.



Objetivo 2

Posicionar al Perú como un destino con productos turísticos de primer nivel y seguros.



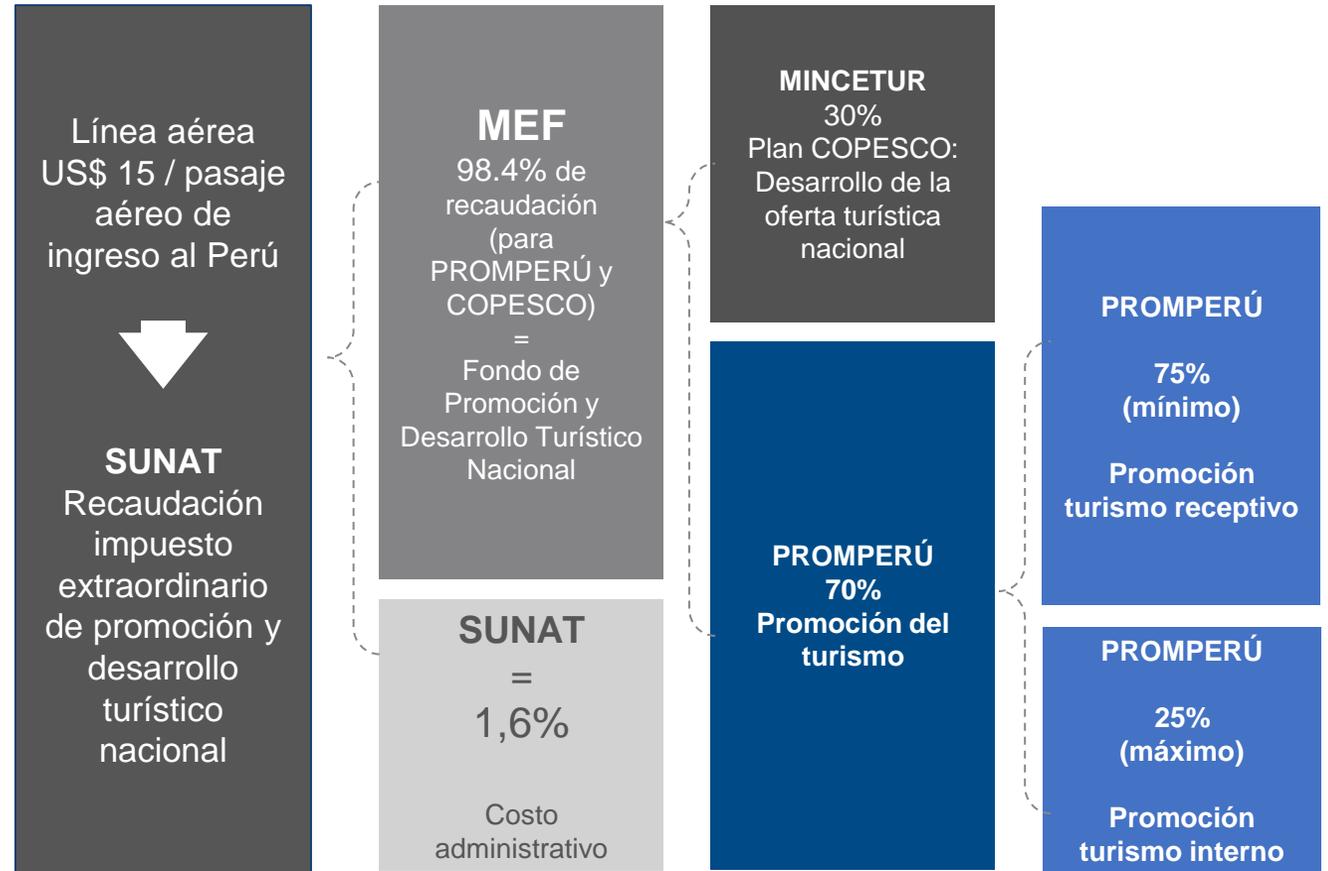
Objetivo 3

Mejorar la competitividad del sector, fortaleciendo su institucionalidad y articulación pública-privada.

*Aprobado al 2025; actualización 2030 aún por aprobar

☀ Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional (Ley N° 27889)

- Creado mediante la Ley N° 27889 (Impuesto y Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico).
- Recursos utilizados exclusivamente en el desarrollo de actividades y proyectos para la promoción y desarrollo turístico nacional a través de PROMPERÚ y Plan COPESCO Nacional.
- El plan anual de ejecución se aprueba por Resolución Ministerial a propuesta del Comité Especial del Fondo en base a los planes que presentan PROMPERÚ y Plan COPESCO Nacional.



Turismo Receptivo

19 MERCADOS DE INTERÉS

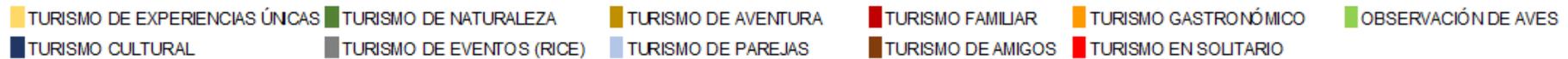
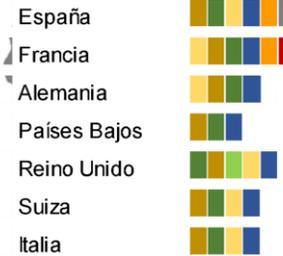
Américas



Asia y Oceanía



Europa



✦ Turismo Interno

PUNTOS MÁS IMPORTANTES



Lugares preferidos pos-COVID-19
Naturaleza, playas y lugares cercanos a residencia



Millennials y Centennials
Más dispuestos a viajar a corto plazo



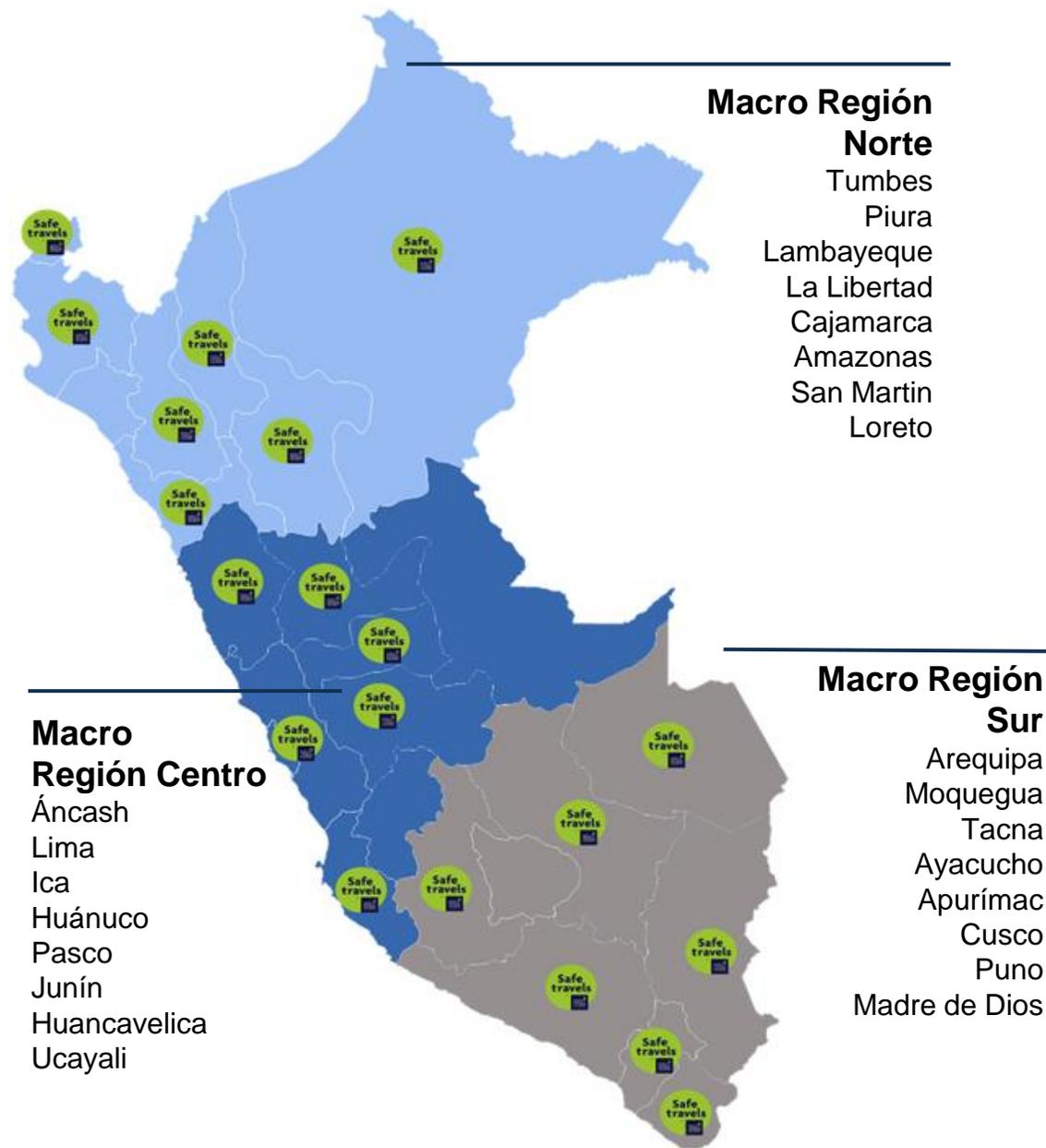
Principales 5 destinos más visitados (2018/2019)
Lima, Ica, Piura, Cusco y Junín



Principales destinos emisores
Lima, Arequipa, La Libertad, Lambayeque, Huancayo y Piura



Intención de viaje 2021
2 de cada 10 peruanos viajarían dentro de los próximos 6 meses



☀ Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales



Retroalimentación hacia responsables de política económica y sectorial para mejorar las condiciones para la inversión empresarial

Estado situacional

En el 2019, se consideró necesario contar con una estrategia de promoción país articulada e integral, que incluya la Inversión Extranjera Directa (IED). Por ello, se centralizaron los esfuerzos y acciones bajo una estrategia y con un equipo especializado para la atracción y retención de la IED empresarial hacia **sectores priorizados**, a través de la creación de la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales (DI).



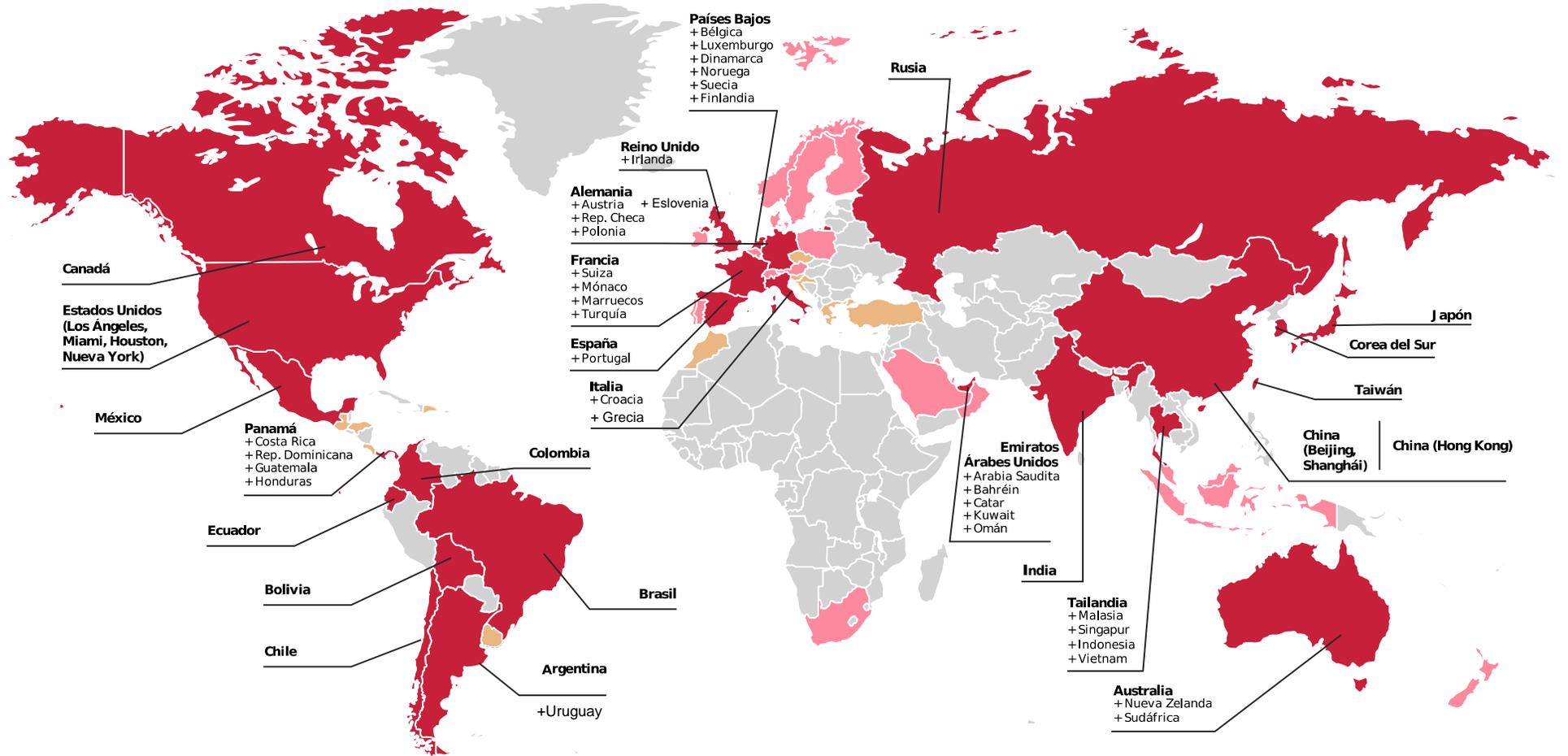
La Dirección inicia operaciones en agosto 2020, y está fortaleciendo su gobernanza, funciones y sinergias dentro y fuera de PROMPERÚ.



Dirección de Oficinas Comerciales de Perú en el Exterior

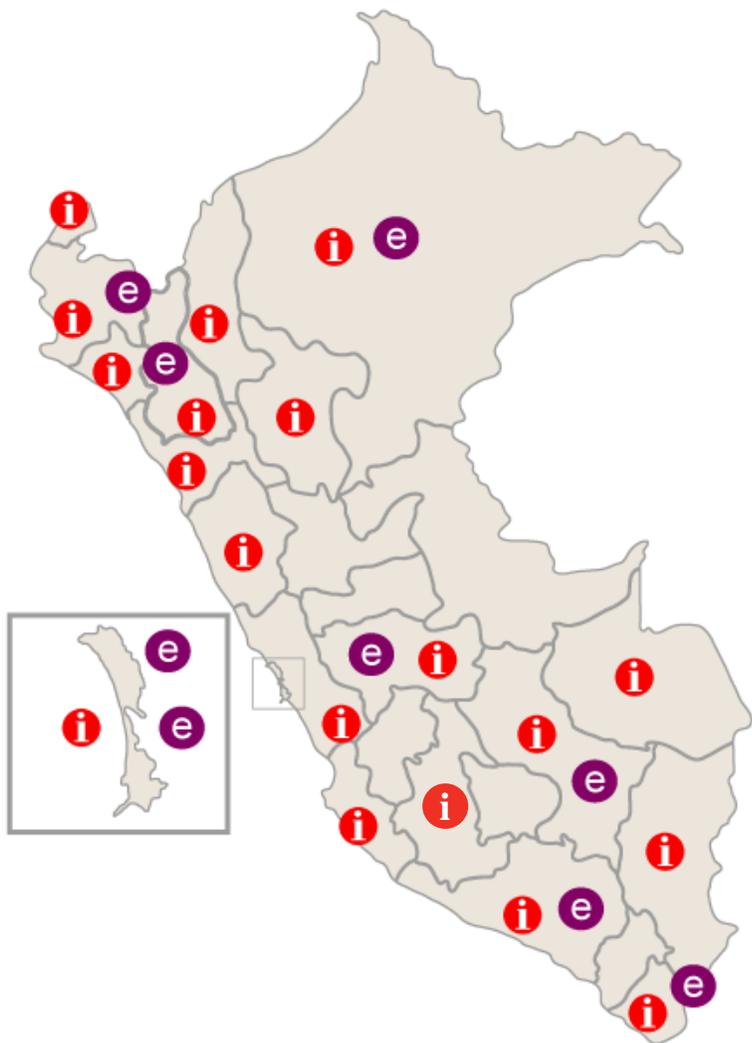
30 OCEX

26 países



● Oficina Comercial de Perú en el Exterior ● Ámbito de acción ● Área de influencia

✦ Oficinas Regionales



La Red de Oficinas de **PROMPERÚ** cuenta con 19 oficinas y 43 puntos de atención a nivel nacional:

- **09 oficinas de exportaciones**
- **19 oficinas de iPerú**
- **19 regiones**
- **100 % de cobertura regional**

2. Acciones de promoción

Agosto - Diciembre 2021



✦ Exportaciones - Promoción Comercial

Expectativas de negocios US\$ 704 millones

1 004 empresas exportadoras participantes, 85% pymes exportadoras

Convenios de Cooperación

Industria Perú – SNI

Expoalimentaria – ADEX

Perú Moda – WFTO – AIA

Ferias internacionales - AGAP



1

Organización de 21 ruedas de negocios virtuales

2

Ruedas emblemáticas: Peru Service Summit Lima, Industria Perú, Perú Moda & Alpaca Fiesta, Perú Natura

3

Participación en 19 ferias internacionales de exportaciones

4

Campaña de productos pesqueros en EE.UU., conchas de abanico en Francia y Superfoods en Europa y Asia

5

4 Gestores Comerciales (Europa, Sudáfrica, EE.UU.) y 2 Centros de Exhibición (México, Centroamérica)

Posicionamiento Internacional de la Oferta Exportable

Campañas de promoción de 7 Marcas Sectoriales



Marca sectorial
Proveedores a la
Minería
En proceso de registro

✦ Exportaciones - Inteligencia y Prospectiva Comercial



Exportemos.pe
500 mil visitas

6 500
recursos de
información
(acumulado)

Campaña digital en
redes sociales
Posicionamiento SEO
Hiper personalización
Nuevos contenidos

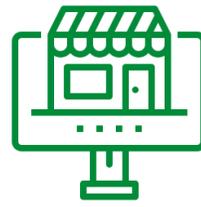


LATE
(Simulador de
Exportaciones)

3 500
exportadores
potenciales

20 000
simulaciones

Modernización de
la herramienta con
nuevas
funcionalidades y
accesibilidad desde
diferentes dispositivos



Peru Marketplace
Promoción en nuevos
mercados

1 400
empresas registradas
(40% de regiones)

6 000
productos publicados

5
Lanzamientos
internacionales con
OCEX
(Reino Unido, España, Bolivia,
Costa Rica y República
Dominicana)



INFOTRADE
2.0

520
usuarios
(Gobiernos regionales,
gremios, instituciones
públicas-privadas y
centros de investigación)

14,5 mil
visitas



**Estudio de
caracterización**

Permitirá:
Cuantificar los avances e
impacto de las acciones
de PROMPERÚ
Determinar las nuevas
necesidades
empresariales
Diseñar nuevos servicios
Determinar el
comparativo internacional

✦ Exportaciones - Inteligencia y Prospectiva Comercial



Estudios de mercado

8

Alimentos, vestimenta y manufacturas en Europa, Asia, Oceanía Norteamérica y Alianza del Pacífico.

268

Potenciales compradores



Documentos de inteligencia

+ 200

documentos sectoriales especializados

35

informes de vigilancia tecnológica



Seminario virtual

8

+250 exportadores

Tendencias, oportunidades comerciales.

Maderas y sus derivados, ingredientes para cosméticos, servicios de software, alimentos frescos y procesados, etc.

Mercados: Sudeste Asia, Latinoamérica, Norteamérica y Europa.



Plataformas para internacionalización de la innovación

LAB4+ 2021

10 emprendimientos

Web Summit 2021 (por confirmar)

20 emprendimientos



Misiones de innovación

3

Fintech en Brasil

Industria de la Vestimenta en Portugal

Agroindustria en España

35

empresas y emprendimientos

☀ Exportaciones - Desarrollo Exportador



Ruta Exportadora

Proyección: **1 300**
empresas (100% Mipymes)
de 20 regiones

Estrategia de Comunicación
Ruta Home Deco para
Turismo Bicentenario
Programa elevator pitch
para rondas virtuales
Evento de reconocimiento
de empresas exportadoras
2021



Consortios y clínicas

Fortalecer **4** consorcios a
nivel nacional
14 clínicas exportadoras
de Mipymes al mundo a
10 regiones



Sostenibilidad

Lanzamiento de
Estrategia de Cultura
Sostenible
Ministerio de Cultura
Sostenible dentro de
Peru.info
Desarrollo del boletín
de sostenibilidad
Digitalización
CALCAFÉ en
plataforma Perú LCA



Simuladores

Simuladores de
etiquetado para
alimentos procesados
Lanzamiento de
Simulador de Rutas
terrestres, Simulador
de Cubicaje y
Simulador de
Drawback



✦ Exportaciones - Desarrollo Exportador



Programa comercio electrónico

Proyección: **70** empresas exportadoras de 10 regiones

Desarrollar programas en:
Plataforma JD.com para productos frescos en China
Plataforma Tmall para alimentos, vestimenta y home deco en China
Plataformas electrónicas verticales para vestimenta en Chile



Convenios

Implementación de Programa de mujeres empresarias (TFO)
Facilitación Financiera (Bank of China)
Convenios para e-commerce con Tmall y JD.com
Convenio PROMPERÚ - ITP



Ruta Productiva Exportadora

Desarrollo de pilotos para 150 empresas de las cadenas de banano orgánico, cafés especiales y cacao en las regiones de Piura, Junín y San Martín



☀ Turismo - Promoción

Pendientes: comprende periodo agosto-diciembre

Potencial de Negocio Ferias Internacionales: US\$ 39,500 millones

Potencial de Negocio Ferias Nacionales: S/.10 millones

Convenios de Cooperación

Cooperación Suiza– SIPPO

Alianzas Estratégicas

Línea aérea: VIVA AIR

Nota: nueva convocatoria se lanza en agosto



Cambio de Directivas de participación en ferias Internacionales de turismo

Con el fin de promover la participación de *Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR)*



☀ Turismo - Promoción de Turismo Interno



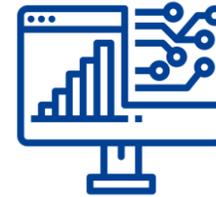
Autoevaluación para conversión a Destinos Inteligentes

- **Objetivo:** Desarrollar una guía de autoevaluación para obtener un primer diagnóstico de destinos pilotos a convertirse en destinos turísticos inteligentes.
- **Detalle:** Plataforma virtual para auto evaluación de 5 regiones piloto (sector público) para que puedan acceder un formulario y diagnosticar sus destinos turísticos convencionales a mira a convertirse en inteligentes.
- **Resultados Esperados:** Informe de diagnóstico inicial de 5 regiones piloto y sus destinos turísticos



Estrategia de Turismo de Cercanías: Proyecto Aplicativo Rutas Cortas

- **Objetivo:** Impulsar el turismo nacional, a través de la promoción de los viajes de rutas cortas, es decir rutas cercanas a sus regiones de residencia e impulsar así el sector turístico a nivel nacional.
- **Detalle:** Aplicativo móvil *¿Y Tú Qué Planes? Rutas Cortas* que permite la búsqueda de información, distancia, conectividad a partir de la georeferenciación de las 24 regiones a nivel nacional y sus principales atractivos. La aplicación ofrece información turística de 869 atractivos turísticos establecidos en 145 rutas cortas a nivel nacional.
- **Resultados esperados:** Obtener aproximadamente 5000 descargas durante el 2do semestre 2021.



Gestión digital sostenible e inteligente: Ytuqueplanes.com

- **Objetivo:** Impulsar la transformación digital de promoción y comercialización de destinos turísticos a nivel nacional, bajo una iniciativa estratégica pública.
- **Detalle:** Desarrollar un sistema integrado que permita a los prestadores de servicios turísticos peruanos a nivel nacional contar con una plataforma digital conectada, inteligente y sostenible, a fin de brindar y comercializar directamente al consumidor final experiencias turísticas (ofertas de viaje) acorde a las necesidades del mercado local.
- **Resultados esperados:** Capacitar e incorporar 1000 prestadores de servicios turístico durante el 1er año de gestión.

☀ Turismo - Promoción de Turismo Interno



Desarrollo de Planes de Promoción del Turismo Gastronómico Regional

- **Objetivo:** Desarrollo de planes de promoción de turismo gastronómico a nivel regional de planes de promoción del turismo gastronómico regional y paneles especializados con aliados como OMT, UNESCO, FAO.
- **Beneficios:** Poner en valor el patrimonio gastronómico en regiones priorizadas para posicionarlas como destinos de turismo gastronómico.

Contribuir a la conservación de las cocinas regionales a través del conocimiento y el desarrollo del plan regional.
- **Resultados esperados:** Desarrollo de 09 planes regionales a desarrollarse durante los meses de octubre - diciembre 2021.



Gestión Sostenible - Desarrollo de Convenios: PROMPERÚ & SERNANP

- **Objetivo:** Promover el turismo sostenible en las Áreas Naturales Protegidas por el Estado, en un trabajo conjunto entre PROMPERÚ y SERNANP.
- **Detalle:** A través del Convenio de Colaboración Interinstitucional N° 015 -2021/PROMPERÚ-COI firmado el 28 de junio del año 2021, PROMPERÚ y SERNANP se comprometen (a través de la colaboración y ayuda mutua) a desarrollar acciones conjuntas que contribuyan a la promoción del turismo sostenible en las Áreas Naturales Protegidas por el Estado. El convenio tiene una vigencia de 2 años y podrá ser renovado según acuerdo de ambas partes.
- **Resultados esperados:**
 - Promover el turismo sostenible en las ANPs, a nivel nacional e internacional.
 - Posicionar a las ANPs como destinos sostenibles y seguros.
 - Visibilizar la importancia de la articulación interinstitucional público-privado para la conservación y el desarrollo sostenible de las ANPs.



Planes de Marketing Turístico por Regiones - Programa SIPPO

- **Objetivo:** Proyecto de capacitación gratuito que viene trabajando PROMPERÚ con el Programa Suizo de Promoción de Importaciones (SIPPO), a fin de trabajar de manera conjunta (sector público o privado), actores del sector turismo y la academia, el Plan de Marketing Turístico Regional con miras a la reactivación turística.
- **Detalle:** Se han suscrito 5 convenios con los GOREs participantes. El proyecto involucra 2 fases (1° capacitación en la elaboración del plan a los principales actores de cada destino y posteriormente, asistencia en el desarrollo de sus planes).
- **Resultados esperados:** Desarrollo de 05 planes de marketing turístico en un trabajo coordinado con las regiones de Áncash, Ayacucho, Tacna, Tumbes y Lambayeque.

☀ Turismo - Promoción de Turismo Interno



Campaña “Volver - Voces del Perú”

Resultados esperados

- Impactos: 197 millones
- Alcance: 6 millones
- Con enfoque en promoción del turismo de cercanías (rutas cortas - viajes intrarregionales) a nivel nacional - 25 regiones.



Campaña “Volver - Mis vacas en Perú”

Resultados esperados

- Impactos: 249 millones
- Alcance: 6 millones
- Con enfoque en promoción del turismo interregional 25 regiones promocionadas.



Alianzas estratégicas con aerolíneas

Resultados esperados:

- Movilizar a 100 mil pasajeros.
- Alcance: 3.5 millones de personas



Ferias y Ruedas de Turismo

Impulso a través de la Feria “Turismo Perú”, Workshop Muchik (Macrorregión Norte), Feria AVIT (Macrorregión Sur), Workshop Somos Turismo APAVIT.

Resultados esperados

- 1 200 citas de negocios
- 1 000 profesionales capacitados



☀ Turismo - Promoción de Turismo Interno

Día Mundial del Turismo

I. Celebración Central - “Septiembre - Mes del Turismo”.

- **Fecha Central:** 27 de septiembre
- **Lugar:** Cajamarca. Jaén.
- **Objetivo:** Celebración del Día Mundial del Turismo
- **Actividad:** Pasacalle con representación de las regiones que comprenden la macrorregión norte.



II. Seminarios Virtuales: “Septiembre - Mes del Turismo”

- Formato: Virtual
- Público objetivo: Profesionales del sector turismo.
- **Temáticas priorizadas**
 - ✓ Turismo Comunitario, una nueva forma de viajar y descubrir el Perú.
 - ✓ Experiencias inspiradoras de emprendedores de turismo comunitario del norte, centro y sur del País.
 - ✓ Perfil del turista extranjero que realiza Turismo Comunitario.
 - ✓ Proyectos de Turismo Sostenible liderados por mujeres en Perú.
 - ✓ Experiencias de Turismo Sostenibles y Buenas prácticas en Perú.



III. Campaña de Publicidad Turismo Interno – “Voces del Perú”

- **Mensajes clave:** i. Prepárate para volver a viajar por tu región y ii. Viaje responsable y seguro.
- **Estrategia de medios:** Campaña 360, medios a nivel nacional (Tv abierta, Tv cable, radio, digital)
- **Objetivos:**
 - ✓ Promover el turismo de cercanías (rutas cortas), 25 regiones a nivel nacional.
 - ✓ Incentivar los viajes intra e inter regionales de manera segura.



☀ Turismo - Promoción de Turismo Receptivo



Campanña Awaken

- Resultados esperados
- En 9 mercados: Chile, México, Colombia, Brasil, Alemania, Francia, Estados Unidos, Reino Unido, España
 - Alcance proyectado 34 millones de personas.
 - Segmentos promocionados: Cultura, naturaleza, aventura y gastronomía



Índice global de destino sostenible

- Fase dos para el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad (Lima), en coordinación con VMT, Municipalidad Metropolitana de Lima y el Buró de Convenciones de Lima



Ruedas de negocios virtuales Latinoamérica

- Resultados esperados
- 7 ruedas de negocios para Ecuador, Chile, México, Colombia, Argentina y Brasil.
 - 114 empresas peruanas
 - 245 agentes de viaje latinoamericanos
 - Potencial de negocio: USD 2.7 millones
 - Segmentos promocionados: cultura, naturaleza, aventura y gastronomía



IBTM Américas

- Resultados confirmados:
- Exposición ante 418 compradores invitados (31 % LATAM, 22 % América del Norte, 45 % México)
 - 10 empresas peruanas que realizaron 360 citas de negocios.
 - Potencial de negocios de USD 31 millones.
 - Segmento promocionado: Turismo de Reuniones, Congresos internacionales y viajes de incentivos.



Top Resa (Francia)

- Resultados esperados
- 16 empresas peruanas co-expositoras.
 - Potencial de negocio: USD 900 mil.
 - Segmentos promocionados: Cultura, naturaleza y aventura

☀ Turismo - Promoción de Turismo Receptivo



Peru on Tour

Resultados esperados

- Participación en cuatro ciudades: Ámsterdam y Rotterdam (Países Bajos) y Hamburgo y Múnich (Alemania)
- 10 000 personas durante la activación presencial
- 500 000 personas por medios digitales
- Segmentos promocionados: Aventura, naturaleza, cultura y gastronomía



Museo Británico

- Exhibición de 120 piezas arqueológicas de noviembre 2021 a febrero 2022

Resultados esperados

- 30 millones de audiencia
- 352 mil visitas a la muestra
- Segmento promocionado: Cultura



WTM 2021 Londres

Feria especializada B2B dirigida a profesionales británicos y europeos.

Resultados esperados

- 15 empresas peruanas
- Potencial de negocios USD 5 millones de dólares
- Segmentos promocionados: Cultura, naturaleza, aventura y gastronomía



Perú Travel Mart 2021

Rueda de negocios internacional B2B más importante del país se realizará en Lima.

Resultados esperados

- 300 empresas peruanas
- 240 empresas extranjeras
- Potencial de negocio: USD 2,8 millones



Participación en ferias y talleres de Turismo de Reuniones

Eventos:

- Fiexpo Latinoamérica; IMEX America; Rueda de negocio Alianza del Pacífico, Business Travel Expo, World Meeting Forum, entre otros.

22 empresas peruanas

Potencial de negocio: USD 65 millones.

Capacitaciones: En jul y ago, 40 profesionales peruanos de 11 regiones fueron capacitados en Captación y gestión de Congresos. Segunda fase prevista para oct - nov.

☀ Turismo - Inteligencia de mercados



Estudios

- Diagnóstico de brechas digitales de las agencias de viajes y tour operadores peruanos para detectar puntos de mejora para su crecimiento comercial.
- Perfiles de los potenciales vacacionistas interesados en visitar el Perú desde:
 - Inglaterra (septiembre).
 - México (septiembre).
 - Brasil (octubre).



Levantamiento de Información

- Monitoreo de la reactivación turística: entrevistas a tour operadores a fin de conocer la evolución en las reservas, grupos de viaje y sus expectativas (septiembre).



Evaluación de campañas

- Pre evaluación de la campaña “Start in Perú”: Mediante entrevistas en profundidad en línea a turistas estadounidenses y chilenos.
- Post evaluación de campañas de turismo interno y receptivo: A través de entrevista a profundidad en línea a turistas peruanos (en el caso de turismo interno) y estadounidenses, chilenos y mexicanos.



Asistencia Técnica

- Lanzamiento de cursos masivos en línea (videos cortos sobre la implementación de campañas on line). Incluye evaluaciones y constancia.
- Seguimiento a las regiones de Áncash, Ayacucho, Tumbes, Lambayeque y Tacna en la finalización e implementación de los planes de marketing para sus regiones (septiembre - diciembre).



Sistema de Inteligencia Turística

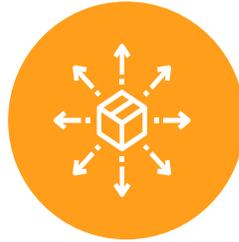
- Herramienta digital de visualización de datos que agrupa información de diferentes fuentes de información.
- Permite compartirlos de manera simple y rápida.

☀ Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales



Estrategia y organización

Se está desarrollando una estrategia enfocada en Promoción sectorial y Servicios al inversionista, así como las funciones y organización para la Dirección (asistencia técnica Banco Mundial)



Servicios en Prospectiva

En ejecución: 4 reportes de potencialidades sectoriales (textil, manufactura, pesca CHD e industrias alimentarias)

Programado: 1 reporte de recomendaciones de política sobre zonas económicas especiales



Estrategia de Comunicación

Se está desarrollando, en coordinación con la Oficina de Comunicaciones, una estrategia para la atracción de inversión extranjera hacia sectores priorizados.



Proyectos en ejecución

Ventanilla Única de Inversiones (VUI): en coordinación con MINCETUR y MEF. Se realizó estudio de viabilidad de VUI en Perú.

Banco de Proyectos (VUCE 2.0): coordinación con MINCETUR para suscripción de convenio interinstitucional



✦ Dirección de Oficinas Comerciales en el Exterior

NORTEAMÉRICA

- Campaña de promoción de textiles en Los Ángeles,
- Feria PLMA, Bar Convent, PMA, New York Produce, SIAL, CFHA, Summer Fancy Food
- Centro de exhibición “Peru in USA” alimentos, manufacturas

LATINOAMÉRICA

- Feria PIXELATL, Expoantad, Retail Day, Arminera, Expominas, Food Service, Seafood Show, Expositram
- Rueda de manufacturas, proveedores a la minería, envases y embalajes, café y cacao
- Gestor servicios,

EUROPA

- Campaña de promoción de café en Hamburgo, pisco en Londres, textiles en Milán, café y cacao en Rotterdam,
- Feria Nordstril, Anuga, Expo Bio Warsaw, Food Ingredients, Caffe Culture Show, Fruit Attraction, InCosmetics, Conxemar, World Food Moscú, Salon du Chocolate, Natexpo, Vita Food, PLMA
- Misión comercial de pesca, prendas de bebe y procesados
- Gestor Comercial Servicios
- Peru On Tour, Top Resa, Omnivore
- Foro de inversiones en Alemania y Reino Unido

ASIA Y OCEANÍA

- Campaña de promoción de frutas en Nueva Delhi, alimentos y textiles en Beijing, alpaca y café en Seúl, alimentos frescos en Hong Kong y Sudeste Asiático, café y pisco en Sidney.
- Feria Thaifex, China Fisheries, SCAJ, Japan Seafood, BISFE, Cafe Show, Cafeex, FHC, CIIE, Food Taipei, International Coffee Show y Food Service
- Capacitación Turismo en Beijing
- Foros de inversiones en Beijing

Dirección de Coordinación de las Oficinas Regionales



Co-organizan:
**Mancomunidad Regional de
Los Andes y PROMPERÚ**
Fecha: Octubre 2021
Regiones participantes:
Junín, Huancavelica,
Ayacucho, Cusco, Ica,
Huánuco, Cerro de Pasco



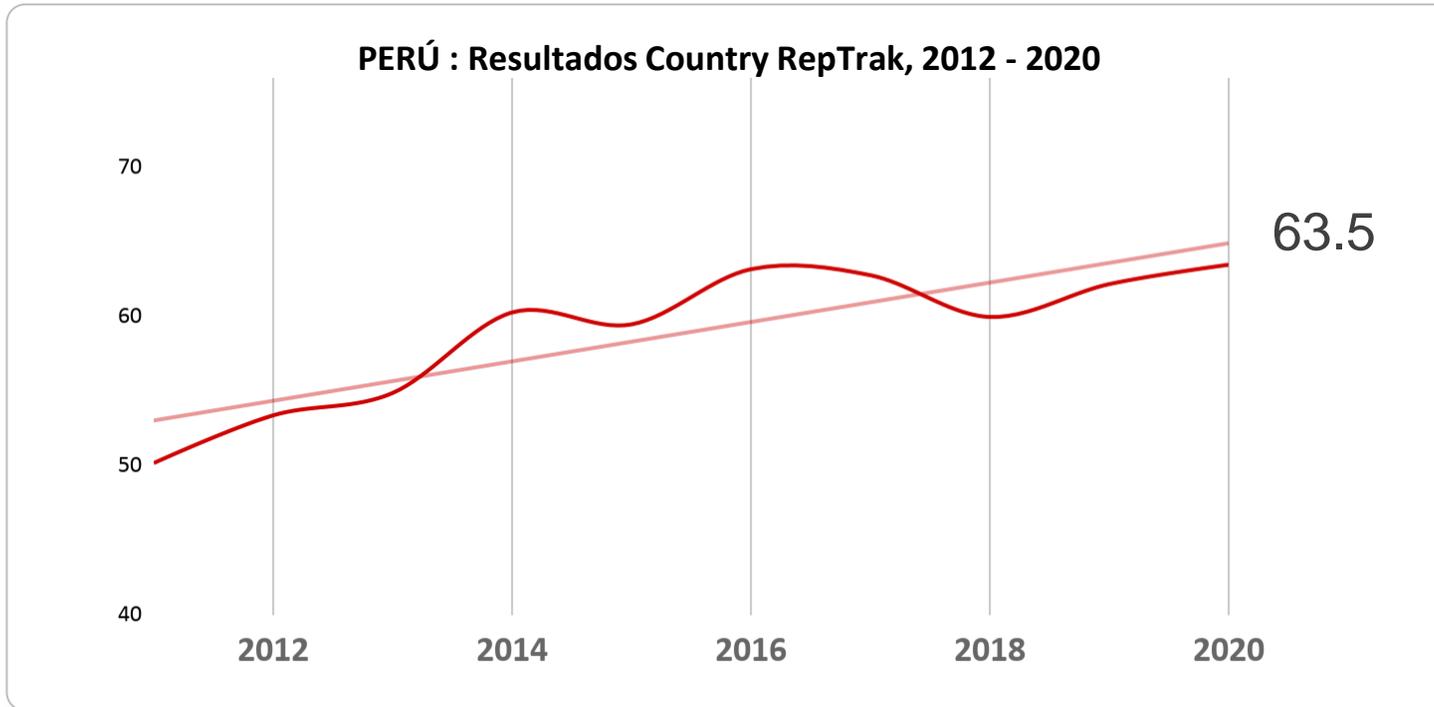
**Co-organizan: PROMPERÚ,
PROCHILE.**
Fecha: Noviembre 2021
Regiones participantes:
Tacna, Arequipa, Moquegua,
Cusco, Puno, Apurímac



3. IMAGEN PAÍS



✦ Estrategia de Imagen y Marca País



En el contexto global actual todos los países evaluados han presentado un descenso en puntaje. El Perú se mantiene relativamente constante en comparación al 2019, lo que indica una reputación saludable y consistente.

Del 2012 al 2020 , nuestro país pasó de 50.2 a 63.5 en su puntaje de reputación y se ubica en el TOP3 de Latinoamérica.



✦ Estrategia de Imagen y Marca País

PROGRAMA DE LICENCIATARIOS

El Programa tiene como objetivo:

- Promover lo mejor del Perú al mundo sumando esfuerzos del sector público y privado.
- Potenciar el conocimiento de Perú y sus atributos sectoriales a nivel nacional e internacional.
- Que las empresas se sumen al buen nombre que posee la Marca Perú y la lleven con orgullo.

En 2020 se otorgaron 582 licencias, lo que representó un incremento del 63% versus el año 2019. La meta acumulada para el 2021 es de 1000 licenciataros.



especialidades
únicas



unique
specialties



Estatus al 20 de jul 2021

914 licencias

859 licencias de Marca Perú

**55 licencias de marcas
sectoriales:**

Alpaca del Perú	17
Cafés del Perú	16
Pisco Spirit of Peru	5
Super Foods Peru	17

✦ Locaciones fílmicas

Logros: Atenciones

2020

Total **42** atenciones
Nacionales **16.7%**
Internacionales **83.3%**

Top 5 
Total **16** países

2021

Más de **20** atenciones
a la fecha

Top 5 

Logros: Gestión Interinstitucional

- Permisos: Acercamiento a la Secretaría de Gobierno Digital de la PCM.
- Incentivo Tributario: Acercamiento con el MEF y en proceso de elaboración de propuesta normativa.

*Acercamiento en conjunto con el Ministerio de Cultura, pero la labor se realizará desde PP.

Nueva Identidad Visual



En proceso de registro ante Indecopi

*Imagotipo en reserva.

Atenciones a Producciones Internacionales y Nacionales



✦ NACIMIENTO CHOPCCA- HUANCAVELICA EN VATICANO

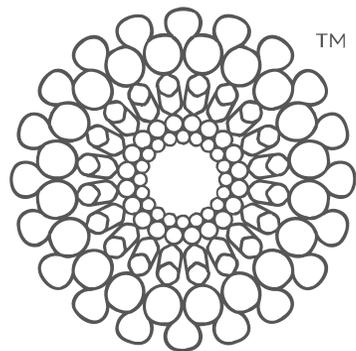
APOYO ACTIVIDAD BICENTENARIO

Actividad se realizará en el marco de la celebración de navidad 2021 en la Plaza San Pedro del Vaticano.

Impacto mediático valorizado en + US\$ 13 Millones



- Lidera la actividad el Gobierno Regional de Huancavelica
- 5 artesanos produciendo las piezas de la propuesta aprobada por el Vaticano
- Vincula la cultura Chopcca que es Patrimonio Cultural de la Nación



EXPO
2020
DUBAI
UAE



Las Expo Universales

Exhibiciones de gran envergadura celebradas cada 5 años

OBJETIVOS

- Mostrar / Introducir al mundo avances científicos tecnológicos
- Propiciar el intercambio cultural
- Forjar acuerdos
- Promover atractivos turísticos, exportaciones e imagen país

LEGADO

- **EXPO 1889 - PARÍS:** La Torre Eiffel
- **EXPO 1893 - CHICAGO:** Estrella Bandera / Cierre
- **EXPO 1915 - SAN FRANCISCO:** El Palacio de Bellas Artes
- **EXPO 1962 - SEATTLE:** El Space Needle
- **EXPO 1986 - VANCOUVER:** Canada Place
- **EXPO 2010 - SHANGHÁI:** China Art Museum (pabellón China)



PARTICIPACIÓN DE PERÚ

1992 - Exposición
Universal de Sevilla



2010 - Exposición
Universal de Shanghái





Expo Dubái: Panorama General

- ❖ **Ciudad de Dubái, EAU:** 1ra Exposición Universal en región MEASA
- ❖ **Ubicación Estratégica:** 88% de la población mundial vive a menos de 7 horas en avión de Dubái
- ❖ **Área recinto Expo:** 4.38 km² (600 canchas de fútbol)
- ❖ **Duración del Evento:** Del 1 de octubre de 2021 al 31 de marzo de 2022 (6 meses)
- ❖ **Participantes:** +190 países participantes
- ❖ **Un País, Un Pabellón**

LEGADO

Después de la Exposición Universal, se dará paso al **Distrito 2020**, una ciudad inteligente y sostenible. Un ecosistema de negocios impulsado por la innovación y colaboración.



Peri

Importancia

Vitrina para exponer nuestro legado y aporte al futuro

Perú, país más rico del mundo por su diversidad biológica, cultural, gastronomía, historia, geografía y microclimas, fusiones y creatividad, etc.

Siendo la EXPO DUBÁI el **único evento internacional** de gran magnitud en el que el Perú participará en el 2021, nuestra presencia en esta plataforma internacional representa una oportunidad única para contribuir con la **reactivación económica** de las **25 Regiones del Perú** a través de plataformas comerciales que permitirán:

- **Promover / Diversificar / Ampliar las exportaciones**
- **Impulsar / Re Impulsar el turismo receptivo**
- **Ampliar la inversión extranjera**
- **Fortalecer el posicionamiento de la Imagen País**

Nuestra meta inicial es atraer al 10% del total de visitas



Importancia de las Ruedas de Negocios

Sectores: Comercio, Turismo e Inversiones



+US\$ 30 millones

Negocios resultados de 11 RN

+200 empresas

participando presencialmente
80 % pymes

+1 100 citas

citas de negocios

OFERTA EXPORTABLE:

- Alimentos funcionales
- Alimentos frescos
- Artesanía
- Indumentaria de Algodón y alpaca.
- Decoración

INVERSIONES

- Portafolio de proyectos de turismo
- Proyectos de Manufactura, Alimentos, textil, Forestal, energía

TURISMO

- Rutas turísticas regionales

22 empresas
participantes por
MC



Actividades:

- Rueda de Negocios con compradores especializados globales (+10 países)
- Reuniones de inversiones (Presentación de cartera de inversiones)
- Misiones técnicas para la delegación oficial
- Misiones comerciales (exportadores y operadores turísticos)
- Presentaciones culturales.



**Participación de
+20 Gobiernos
Regionales**



100 % pymes
de la Mancomunidad



Mancomunidad Regional de Los Andes

- Junín
- Ayacucho
- Huancavelica
- Apurímac
- Ica
- Cusco
- Pasco

Sectores participantes



Productos

- Quinoa, maca, papa nativa, jengibre, palta, granadilla, lúcuma, café y cacao
- Textiles del hogar, tallado en piedra huamanga, muñequería, retablos ayacuchanos
- **Turismo:** Turismo cultural y arqueológico, turismo comunitario, turismo de aventura (caminatas, canotaje), observación de flora y fauna, Ruta del Pisco, áreas naturales protegidas.

Mancomunidad Regional del Norte

- Tumbes
- Piura
- Lambayeque
- La Libertad
- Cajamarca
- Ancash



Sectores participantes



Agronegocios



Artesanía



Gastronomía



Turismo



Productos

- Banano orgánico, mango orgánico, arándanos, uvas, palta, maracuyá, espárragos, pimienta piquillo, cafés especiales, langostinos, conchas de abanico
- Cerámicas Chulucanas, artículos de paja toquilla
- **Turismo:** Playas del Norte (Tumbes – Piura), Ruta Moche (La Libertad – Lambayeque).

Gobiernos Regionales del Sur

- Cusco
- Puno
- Arequipa
- Tacna
- Moquegua

Sectores participantes



Productos

- Quinoa, Kiwicha, aceite de oliva, aceitunas en conserva, chocolates, hierbas aromáticas, Sal de maras
- Textiles del hogar
- **Turismo:** Actividades: turismo cultural, historia y arqueológico, comunitario, aventura, Machu Picchu, Choquequirao, Valle Sagrado de los Incas, Lago Titicaca y Cañón del Colca.

Consejo Interregional Amazónico

- Junín
- Loreto
- Amazonas
- San Martín
- Ucayali
- Madre de Dios
- Huánuco

Sectores participantes



Agronegocios



Artesanía



Madera y manufacturas



Turismo



Gastronomía



Productos

- Cafés especiales, cacao, chocolate, Camu camu, palmito, sacha inchi, nuez amazónica, aceites naturales, aguaje y huasai, palo de rosa
- Maderas y sus manufacturas: Pisos, ventanas, molduras, tableros, puertas, vigas y artículos de maderas exóticas
- **Turismo:** Turismo de naturaleza (observación de flora y fauna), actividades al aire libre. Reservas naturales. Kuélap (Amazonas), Tarapoto (San Martín), Río Amazonas (Loreto)