



# Decreto Supremo N° 003-2012-MINCETUR que otorga carácter oficial a la “Marca país Perú”

---

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS\*

El artículo 2° de la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ley N° 27790, señala que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo. Tiene la responsabilidad en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía.

Asimismo, el artículo 1° del Reglamento de Organización y Funciones de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, aprobado por Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR, señala que es un Organismo Público Descentralizado con personería jurídica de derecho público adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, competente para proponer y ejecutar los planes y estrategias de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones, de conformidad con la política y objetivos sectoriales.

Con relación a la denominada “Marca País”, debe precisarse que ésta se define como el signo que identifica a un país y lo diferencia de los demás. Como toda marca, puede incluir un logotipo y un eslogan. La “Marca País” se apoya en la “imagen país”, tratando de construir, cambiar o proteger la reputación internacional del país en cuestión y su imagen en el exterior. A menudo la “Marca País” tiene un fuerte componente turístico.

En este sentido, PROMPERÚ, en el marco de sus funciones, llevó a cabo un proceso de formulación y desarrollo de la denominada “Marca País y su identidad”, la

---

\* Este texto no ha sido publicado en el diario oficial “El Peruano”, a solicitud del Ministerio de Justicia, ha sido enviado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, mediante correo electrónico de fecha 07 de marzo de 2012.

cual involucró la participación de diferentes actores del sector público y privado para tal fin, buscando el posicionamiento de la imagen positiva del Perú en el extranjero, así como su diferenciación de otros países de la región y el mundo, potenciando la promoción del turismo receptivo, aumentando la competitividad de nuestros productos de exportación e incrementando el flujo de capitales de inversión en el mismo; dicho trabajo dio como resultado la creación del siguiente logotipo, cuya identidad y diseño oficial fue aprobado mediante la Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 046-2011-PROMPERÚ/PCD:



Asimismo, en el mes de mayo del año 2011, se lanzó la Campaña Nacional de la Marca País, la cual ha tenido un alto grado de aceptación entre la población peruana, incrementando el conocimiento, identificación y adhesión de los peruanos con la Marca Perú, así como también intensificando el sentimiento de orgullo nacional por lo peruano, especialmente en las diferentes regiones del país a través de una estrategia de comunicación que ha resultado ser potente, como es la del intercambio cultural en ciudades homónimas del Perú en el extranjero; campaña la cual ha tenido diversos reconocimientos, entre los que encontramos a: i) el “XIV Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica 2011” realizado del 07 al 09 de noviembre del año 2011 en Buenos Aires; ii) el “Concurso Creatividad Empresarial 2011”, organizado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, el 24 de noviembre de 2011; iii) Premiación del “New Brands Award” por su Sistema de Identidad y del DG 2011, por su estrategia digital.

Debe mencionarse, además, que existen diversos programas, entre los que se encuentra el programa de embajadores, el cual incluye el nombramiento de embajadores de la marca (personalidades de exitosa trayectoria profesional y compromiso con el desarrollo del país; marcas emblemáticas del país); encontramos también el otorgamiento de autorizaciones temporales de uso a título gratuito, no exclusivo e intransferible a personas naturales o jurídicas interesadas en coadyuvar a la difusión de la “Marca País Perú” y sus objetivos de promoción del turismo, las exportaciones, las inversiones y la imagen del país en general; a lo que se suma la creciente demanda peruana para adquirir el material promocional y las limitaciones de PROMPERÚ para cubrir dicha demanda, lo que conllevó la convocatoria

abierta a ciertas empresas que cumplieran determinados requisitos, con el fin de que elaboraran y comercializaran dicho material, habiéndose recibido en total mil cuatrocientas cinco (1405) solicitudes, de las cuales ochocientos trece (813) han sido concedidas hasta la fecha.

Como puede apreciarse, existe una corriente de identificación y orgullo con la “Marca País Perú” y sus valores por parte de empresas, organizaciones, entidades públicas y personas naturales, lo cual motiva la difusión de dicha marca; sin embargo, no se cuenta con un dispositivo legal que le otorgue un reconocimiento oficial como marca oficial del Estado Peruano, que respalde su existencia como símbolo diferenciador del Perú, por lo que resulta necesario emitir un Decreto Supremo disponiendo dicha oficialización.

#### ANÁLISIS COSTO/BENEFICIO

La aprobación del presente Proyecto de Decreto Supremo no tendrá incidencia en aspectos económicos, financieros, productivos o tributarios, ni con leyes relacionadas con la política social y ambiental del país; toda vez que tiene como finalidad darle carácter oficial a la “Marca País Perú” trabajada y promocionada por el sector comercio exterior y turismo dentro del marco de sus funciones.

#### ANÁLISIS DE IMPACTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

El presente Decreto Supremo se enmarca dentro de las facultades otorgadas al MINCETUR por la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, el cual tiene como finalidad otorgar carácter oficial a la “Marca País Perú” trabajada y promocionada por el sector comercio exterior y turismo dentro del marco de sus funciones, sin acarrear efectos sobre la norma legal existente a la fecha.

La presente norma no modifica ni deroga alguna norma vigente del ordenamiento jurídico.

#### PREPUBLICACIÓN DEL PROYECTO DE DECRETO SUPREMO

Conforme al artículo 14° que establece disposiciones relativas a la publicidad, publicación de Proyectos Normativos y difusión de Normas Legales de Carácter General, aprobada por Decreto Supremo N° 001-2009-JUS, los proyectos de normas de carácter general como son los Decretos Supremos, a tenor del artículo 2° del mismo dispositivo legal, deben publicarse en el portal electrónico o cualquier otro medio en un plazo no menor de treinta (30) días antes de la fecha prevista para su entrada en vigencia, salvo casos excepcionales.

La prepublicación del proyecto del presente Decreto Supremo se considera innecesaria, supuesto contemplado en el sub numeral 3.2 del numeral 3 del artículo 14° de la norma citada, pues únicamente declara a la “Marca País Perú” como la marca oficial del Estado Peruano, sin afectar intereses de carácter particular ni general.

**DECRETO SUPREMO N° 003-2012-MINCETUR**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, es el organismo rector del Sector Comercio Exterior y Turismo, competente para definir, dirigir, ejecutar, coordinar y supervisar la política de comercio exterior y de turismo; responsable en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales, en coordinación con los demás sectores de Gobierno en el ámbito de sus respectivas competencias; y en materia de turismo, promueve, orienta y regula la actividad turística, incluyendo la artesanía;

Que, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, es un Organismo Público Técnico Especializado adscrito al MINCETUR, competente para proponer y ejecutar los planes y estrategias de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones, de conformidad con la política y objetivos sectoriales;

Que, en el marco de sus funciones, PROMPERÚ llevó a cabo un proceso de formulación y desarrollo de la denominada “Marca País y su identidad”, la cual involucró la participación de diferentes actores del sector público y privado para tal fin, buscando el posicionamiento de la imagen positiva del Perú en el extranjero, así como su diferenciación de otros países de la región y el mundo, potenciando la promoción del turismo receptivo, aumentando la competitividad de nuestros productos de exportación e incrementando el flujo de capitales de inversión en el mismo; dicho trabajo dio como resultado la creación del siguiente logotipo, cuya identidad y diseño oficial fue aprobado mediante la Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 046-2011-PROMPERÚ-PCD;



Que, en el mes de mayo del año 2011, se lanzó la Campaña Nacional de la Marca País, la cual ha tenido alto grado de aceptación entre la población peruana, incrementando el conocimiento, identificación y adhesión de los peruanos con la Marca Perú, así como

también intensificando el sentimiento de orgullo nacional por lo peruano, campaña que ha sido reconocida y premiada a nivel internacional;

Que, existe una corriente de identificación y orgullo con la “Marca País Perú” y sus valores por parte de empresas, organizaciones, entidades públicas y personas naturales, lo cual motiva la difusión de dicho símbolo; sin embargo, no se cuenta con un dispositivo legal que le otorgue un reconocimiento oficial que respalde su existencia como símbolo diferenciador del Perú;

Que, en razón de lo expresado, resulta necesario otorgar carácter oficial a la “Marca País Perú”, teniendo en cuenta que a través de la misma se espera potenciar la promoción del turismo receptivo, aumentar la competitividad de nuestros productos de exportación e incrementar el flujo de capitales de inversión, objetivos que contribuyen al beneficio y desarrollo del país;

Que, en uso de las facultades conferidas por el artículo 118 de la Constitución Política del Perú, la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo y la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo;

DECRETA:

#### **Artículo 1.- Carácter oficial**

Otorgar carácter oficial a la “Marca País Perú” como la marca oficial del Estado Peruano, la misma que se encuentra registrada bajo la titularidad de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, ante la Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, en las 45 clases de la Nomenclatura Internacional Niza, con el siguiente logotipo:



#### **Artículo 2.- Refrendo**

El presente Decreto Supremo será refrendado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los ocho días del mes de febrero del año dos mil doce.

OLLANTA HUMALA TASSO

Presidente Constitucional de la República

JOSÉ LUIS SILVA MARTINOT

Ministro de Comercio Exterior y Turismo