



San Isidro, 09 de Febrero del 2024

RESOLUCION N° 000014-2024-PROMPERU/GG

## Resolución de Gerencia General

**VISTOS:** El Proveído N° 6129-2023-PROMPERU/GG de Gerencia General; el Proveído N° 1436-2024-PROMPERÚ/GG-OPP, y los Memorandos Nros. 293-2023-PROMPERU/GG-OPP, 351-2023-PROMPERU/GG-OPP y 462-2023-PROMPERU/GG-OPP de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto; los Memorandos Nros. 191-2023-PROMPERÚ/GG-OCM, 195-2023-PROMPERÚ/GG-OCM, 280-2023-PROMPERÚ/GG-OCM y 338-2023-PROMPERÚ/GG-OCM de la Oficina de Comunicación; el Memorando N° 1220-2023-PROMPERÚ/GG-OAJ y el Informe N° 052-2024-PROMPERÚ/GG-OAJ de la Oficina de Asesoría Jurídica; y,

### CONSIDERANDO:

Que, según el artículo 2 de la Ley N° 30075, Ley de Fortalecimiento de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, la Entidad es un Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 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, la Oficina de Comunicaciones en el marco de sus funciones, establecidas en el literal e) del artículo 47 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ, aprobado por Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 060-2019-PROMPERÚ/PE, propone el Manual de Identidad Institucional de PROMPERÚ, el cual va a permitir fortalecer la imagen institucional, crear y transmitir una imagen unificada y coherente de los valores de la institución a través de las múltiples formas de expresión en puntos de contacto con usuarios internos y externos, así como también que el usuario reconozca con facilidad los productos, expresiones y servicios de PROMPERÚ;

Que, de acuerdo al literal f) del artículo 22 del citado Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ, corresponde a la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, conducir y supervisar el proceso de formulación y actualización de políticas, directivas, procedimientos, manuales y otros documentos necesarios para la gestión institucional;

Que, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, mediante los documentos de vistos, en virtud a lo requerido por la Oficina de Comunicaciones, recomienda la aprobación del Manual de Identidad Institucional de PROMPERÚ, el cual tiene como objetivos fortalecer la imagen institucional, permitir que el público reconozca con facilidad los productos y servicios de PROMPERÚ, crear y transmitir una imagen unificada y coherente de los valores de la institución a través de diferentes puntos de



contacto con usuarios internos y externos, permitir ahorro en costos y tiempos de producción;

Que, mediante el literal b) del numeral 1.2. del artículo 1 de la Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 001-2024-PROMPERÚ/PE, se delega al Gerente General la facultad de aprobar las directivas, manuales, políticas internas, procedimientos, incluyendo la Carta de Servicios de la Entidad, sus modificatorias y otros documentos necesarios para la gestión institucional;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 30075, la Ley de Fortalecimiento de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ y normas modificatorias; el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ aprobado por Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 060-2019-PROMPERÚ/PE, la Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 001-2024-PROMPERÚ/PE y la Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 042-2023-PROMPERÚ/PE;

Con el visto bueno de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, la Oficina de Comunicaciones y de la Oficina de Asesoría Jurídica;

#### **SE RESUELVE:**

**Artículo 1.-** Aprobar el Manual de Identidad Institucional de PROMPERÚ, el mismo que en cincuenta y seis (56) folios se adjunta como anexo a la presente resolución.

**Artículo 2.-** Disponer que el responsable de la actualización de la información del Portal de Transparencia Estándar de PROMPERÚ, en un plazo no mayor de cinco (5) días calendario contados desde el día siguiente de ser notificado de la presente Resolución, deberá hacer la publicación correspondiente en el Portal de Transparencia de PROMPERÚ.

**Regístrese y comuníquese.**

**Firmado digitalmente  
María del Sol Velásquez García  
Gerenta General**

# MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

# PROMPERÚ 2023



Firmado digitalmente por:  
HUAMAN QUIROZ Jeanne  
Claude FAU 20307167442 hard  
Motivo: En señal de  
conformidad  
Fecha: 08/02/2024 10:03:43-0500

# ÍNDICE

Introducción .....	Pág. 3	2.5 Elementos gráficos .....	Pág. 25
<b>1. Logotipo</b> .....	Pág. 5	2.6 Uso de elementos gráficos .....	Pág. 26
1.1 Imagotipo .....	Pág. 6	2.7 Pictogramas e iconografía .....	Pág. 27
1.2 Composición .....	Pág. 7	2.8 Estilo fotográfico .....	Pág. 29
1.3 Variantes .....	Pág. 8	2.9 Firma de correos .....	Pág. 30
1.4 Área de resguardo .....	Pág. 9	2.10 Fondos de pantalla .....	Pág. 31
1.5 Tamaño .....	Pág. 10	<b>3. Convivencia de marcas</b> .....	Pág. 32
A. Imagotipo con descriptor .....	Pág. 10	3.1 Identificadores de servicios institucionales .....	Pág. 33
B. Imagotipo sin descriptor .....	Pág. 11	3.2 Identificadores de programas, plataformas y servicios institucionales .....	Pág. 34
1.6 Uso en blanco y negro .....	Pág. 12	3.3 Marca Perú y marcas sectoriales .....	Pág. 35
A. Imagotipo con descriptor .....	Pág. 12	3.4 Ubicación de logos .....	Pág. 37
B. Imagotipo sin descriptor .....	Pág. 13	<b>4. Aplicaciones</b> .....	Pág. 38
1.7 Uso en colores .....	Pág. 14	4.1 Redes sociales .....	Pág. 39
A. Versión positiva de imagotipo con descriptor .....	Pág. 14	4.2 <i>Mailings</i> .....	Pág. 40
B. Versión positiva de imagotipo sin descriptor .....	Pág. 15	4.3 Productos comunicacionales .....	Pág. 41
C. Versión negativa de imagotipo con descriptor .....	Pág. 16	4.4 Plantilla de presentación PPT .....	Pág. 42
D. Versión negativa de imagotipo sin descriptor .....	Pág. 17	4.5 Piezas de eventos .....	Pág. 43
1.8 Uso incorrecto .....	Pág. 18	A. <i>Backing</i> .....	Pág. 43
A. Imagotipo con descriptor .....	Pág. 18	B. <i>Banner roller</i> o parante .....	Pág. 45
B. Imagotipo sin descriptor .....	Pág. 19	C. <i>Stands</i> institucionales .....	Pág. 47
<b>2. Sistema gráfico</b> .....	Pág. 20	D. Elementos protocolares .....	Pág. 49
2.1 Tipografía institucional .....	Pág. 21	<b>5. Oficinas</b> .....	Pág. 51
2.2 Tipografía complementaria .....	Pág. 22	5.1 Recepción de oficinas .....	Pág. 52
2.3 Tamaño mínimo en composiciones tipográficas .....	Pág. 23	5.2 Salas de reuniones .....	Pág. 53
2.4 Paleta cromática .....	Pág. 24	5.3 Señalética .....	Pág. 54
A. Colores principales .....	Pág. 24	5.4 Módulos y oficinas IPERÚ .....	Pág. 55
B. Colores neutrales .....	Pág. 24		
C. Colores secundarios .....	Pág. 24		

# INTRODUCCIÓN

---

## **¿QUÉ ES EL MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL DE PROMPERÚ?**

El presente manual es un documento desarrollado por la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ que compila prácticas útiles, criterios, lineamientos y normas para una adecuada presentación y comunicación de los servicios que brinda la institución; de manera que se transmita una imagen integrada, coherente y consistente con los objetivos y valores institucionales.

## **¿CUÁL ES EL OBJETIVO?**

- Fortalecer la imagen institucional.
- Crear y transmitir una imagen unificada y coherente que transmitan los valores de la institución a través de las múltiples formas de expresión en puntos de contacto con usuarios internos y externos.
- Permitirá que el público reconozca con facilidad los “productos”, expresiones y servicios con “sello PROMPERÚ”.
- Permitirá ahorro en costos y tiempos de producción.

# INTRODUCCIÓN

---

## **¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?**

A los miembros del equipo humano de PROMPERÚ, colaboradores externos a cargo del desarrollo de acciones o elaboración de piezas o servicios comunicacionales.

## **¿POR QUÉ DEBEMOS HACER USO DEL LOGO DE PROMPERÚ?**

El uso del logo institucional es un acto de transparencia que brinda legitimidad, reconocimiento de autoría y responsabilidad de la institución en los temas de su competencia.

## **¿CUÁNDO UTILIZAR EL LOGO DE PROMPERÚ?**

En toda pieza de comunicación que promocióne o difunda acciones desarrolladas por nuestra institución, de manera que la ciudadanía obtenga una mayor y mejor información acerca de las tareas que realiza PROMPERÚ.

Las piezas correspondientes a servicios, plataformas o programas de PROMPERÚ deberán respetar los lineamientos de la identidad institucional de PROMPERÚ, utilizando el logo, la tipografía, el estilo visual y demás lineamientos para desarrollo de piezas gráficas o de comunicación del “Manual de identidad institucional de PROMPERÚ”.

PROMPERÚ cuenta con una identidad corporativa e institucional propia que no debe confundirse ni reemplazarse por la Marca Perú ni ninguna marca, logo o identidad desarrollada por la institución con el propósito de cumplir sus objetivos institucionales.

---

# 1. LOGOTIPO

---

# 1.1

## IMAGOTIPO

Es el elemento más importante de nuestra identidad, por ser el más reconocible y altamente visible. Por ello, es fundamental que sea aplicado correctamente en todas las comunicaciones.

El imagotipo es el identificador de la marca, está formado por la construcción tipográfica de los caracteres que componen la palabra PROMPERÚ de uso común en todas las aplicaciones.

Debajo aparece el descriptor con el texto "COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO", como parte integral del imagotipo.



**COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO**

# 1.2

## COMPOSICIÓN

El imagotipo puede presentarse de manera sencilla en diferentes formas, acompañado por el descriptor o no.

La identidad corporativa gráfica de PROMPERÚ está compuesta por los siguientes elementos:

### LOGOTIPO

Formado por letras o palabras que sirven para identificar la institución o entidad: "PROMPERÚ".

### ISOTIPO

Es el símbolo rojo que representa a nuestra institución.

### DESCRIPTOR

Nombre completo de la institución:  
COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO.



# 1.3

## VARIANTES

La identidad de PROMPERÚ permite también versiones abreviadas del logo, para ser aplicadas cuando el espacio sea reducido o dificulte la correcta lectura de sus componentes.

Entre las variantes del imagotipo tenemos los siguientes:

- Imagotipo con descriptor
- Imagotipo sin descriptor:  
El logotipo podrá aplicarse sin descriptor en aquellos casos donde es requerido en un tamaño menor a 7 cm.

### IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

### IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR



# 1.4

## ÁREA DE RESGUARDO

Es el espacio que rodea el imagotipo y que lo protegerá de cualquier elemento o distracción visual, como textos, dibujos o fotos. Ello permitirá asegurar la legibilidad de la marca y su correcto uso.



1.5

TAMAÑO

**A. IMAGOTIPO  
CON DESCRIPTOR**

Los tamaños mínimos en que se debe usar el imagotipo, ya sea en medios impresos o digitales, tienen que garantizar su correcta visualización. Las personas a cargo del proceso creativo deberán aplicar las medidas adecuadas para lograr buenos productos.

## IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR

IMPRESO



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

7 CM

DIGITAL



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

198 PX

# 1.5

## TAMAÑO

### B. IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR

IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR

---

IMPRESO

DIGITAL



2 CM



58 PX

# 1.6

## USO EN BLANCO Y NEGRO

### A. IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR

Estas versiones se usan cuando no sea posible aplicar los formatos en color.

Se representará en blanco cuando la aplicación sea sobre fondo de color corporativo principal y negro. También cuando se aplique sobre fotografías. Para ello, se deberá considerar que el alto contraste de los fondos debe favorecer la visualización, diferenciación y definición de la marca.

#### IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR



# 1.6

## USO EN BLANCO Y NEGRO

### B. IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR

IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR



# 1.7

## USO EN COLORES

### A. VERSIÓN POSITIVA DE IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR

Para asegurar la legibilidad y el contraste del imagotipo en versión positiva, recomendamos usarlo sobre fondos que tengan colores claros.

#### IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR



# 1.7

## USO EN COLORES

### B. VERSIÓN POSITIVA DE IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR

IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR



# 1.7

## USO EN COLORES

### C. VERSIÓN NEGATIVA DE IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR

Para asegurar la legibilidad y contraste del imagotipo en versión negativa, recomendamos usarlo sobre fondos que tengan los colores más saturados de nuestra paleta.

#### IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR



# 1.7

## USO EN COLORES

### D. VERSIÓN NEGATIVA DE IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR

IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR



# 1.8

## USO INCORRECTO

### A. IMAGOTIPO CON DESCRIPTOR

Estas versiones no deben usarse en ninguno de los casos:

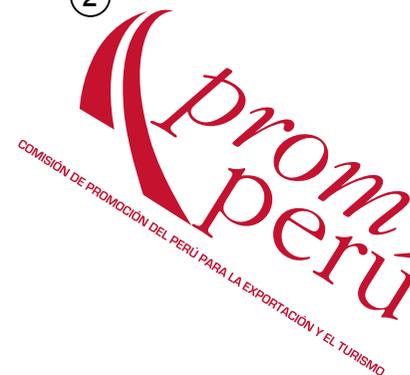
1. No cambiar la tipografía del logotipo.
2. No utilizar el logo girado.
3. No alterar la composición del imagotipo.
4. No estirar ni comprimir el imagotipo.
5. No cambiar las palabras del logotipo.
6. No poner el imagotipo sobre fotografías o texturas que dificulten la legibilidad.

①



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

②



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

③



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

④

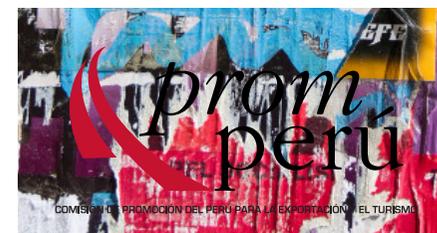


COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

⑤



⑥



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

# 1.8

## USO INCORRECTO

### B. IMAGOTIPO SIN DESCRIPTOR

①



②



③



④



⑤



⑥



---

## 2. SISTEMA GRÁFICO

---

## 2.1

TIPOGRAFÍA  
INSTITUCIONAL

El uso correcto de la tipografía refuerza el reconocimiento de la marca y su diferenciación. En el caso de PROMPERÚ, es la **HELVÉTICA NEUE** en las variables que aquí se indican.

La **HELVÉTICA NEUE** será usada en los títulos, subtítulos, eslóganes, cierres y textos que aparecen en todas las comunicaciones de la institución, ya sea interna o externa. Ello contribuirá a reforzar el significado o valor del mensaje que se quiere dar.

**Helvética Neue 45 Light**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 46 Italic**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 55 Roman**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 56 Italic**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 65 Medium**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 66 Medium Italic**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 75 Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 76 Bold Italic**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 85 Heavy**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 86 Heavy Italic**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 95 Black**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 96 Black Italic**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

## 2.2

TIPOGRAFÍA  
COMPLEMENTARIA

La tipografía secundaria es la **HELVÉTICA NEUE CONDENSED** en las variables que aquí se indican.

Será utilizada para resaltar palabras clave dentro de la comunicación institucional.

**Helvética Neue 47 Light Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 57 Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 67 Medium Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 77 Bold Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 87 Heavy Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 97 Black Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Helvética Neue 107 Extra Black Condensed**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



DESCARGUE  
AQUÍ LAS  
FUENTES

## 2.3

TAMAÑO  
MÍNIMO EN  
COMPOSICIONES  
TIPOGRÁFICAS

En la tipografía principal y complementaria el tamaño mínimo es de 9 puntos. En el caso del texto legal, se recomienda entre 7 y 9 puntos.

10pt **Helvética Neue 77 Bold Condensed**  
**13 pt Helvética Neue 85 Black**

9pt **Helvética Neue 77 Bold Condensed**  
**12 pt Helvética Neue 85 Black**  
**10 pt Helvética Neue 85 Black**  
**9 pt Helvética Neue 85 Black**

11pt **Helvética Neue 57 Condensed**  
**14pt Helvética Neue 75 Bold**

10pt **Helvética Neue 57 Condensed**  
**13 pt Helvética Neue 75 Bold**

9pt **Helvética Neue 77 Condensed**  
**12 pt Helvética Neue 75 Bold**  
**10 pt Helvética Neue 75 Bold**  
**9 pt Helvética Neue 75 Bold**

# 2.4

## PALETA CROMÁTICA

### A. COLORES PRINCIPALES

Estos se usarán para el diseño de piezas gráficas de eventos, *webinars*, talleres, programas, entre otros, las cuales irán acompañados de fotografías.

### B. COLORES NEUTRALES

Se usan para complementar los colores principales.

### C. COLORES SECUNDARIOS

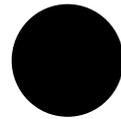
#### COLORES PRINCIPALES



C:0 M:100 Y:80 K:20  
R:196 G:18 B:47  
#C4122f



C:100 M:73 Y:43 K:41  
R:7 G:53 B:79  
#07354F



C:0 M:0 Y:0 K:100  
R:0 G:0 B:0  
#000000

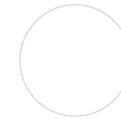
#### COLORES NEUTRALES



C:0 M:0 Y:0 K:40  
R:180 G:180 B:180  
#B4B4B4



C:7 M:4 Y:12 K:4  
R:234 G:234 B:223  
#F0F0F0



C:0 M:0 Y:0 K:0  
R:255 G:255 B:255  
#FFFFFF

#### COLORES SECUNDARIOS



C:85 M:100 Y:30 K:20  
R:70 G:35 B:90  
#46235A



C:85 M:25 Y:90 K:15  
R:25 G:120 B:65  
#197841



C:0 M:65 Y:90 K:0  
R:240 G:115 B:40  
#F07328

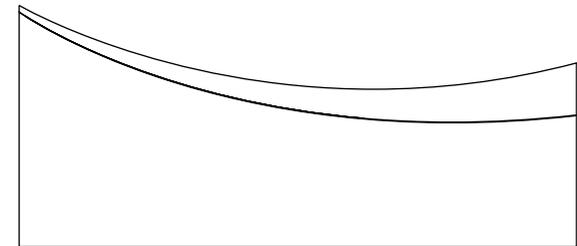
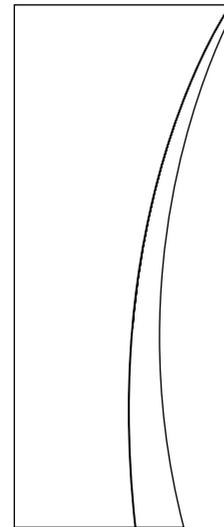
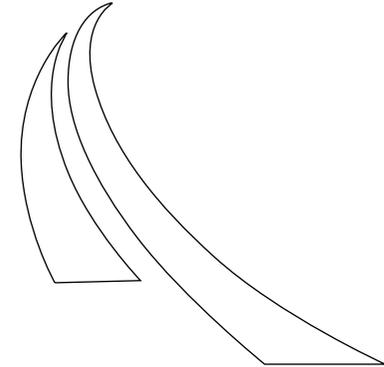


C:15 M:95 Y:35 K:0  
R:210 G:40 B:100  
#D22864

# 2.5

## ELEMENTOS GRÁFICOS

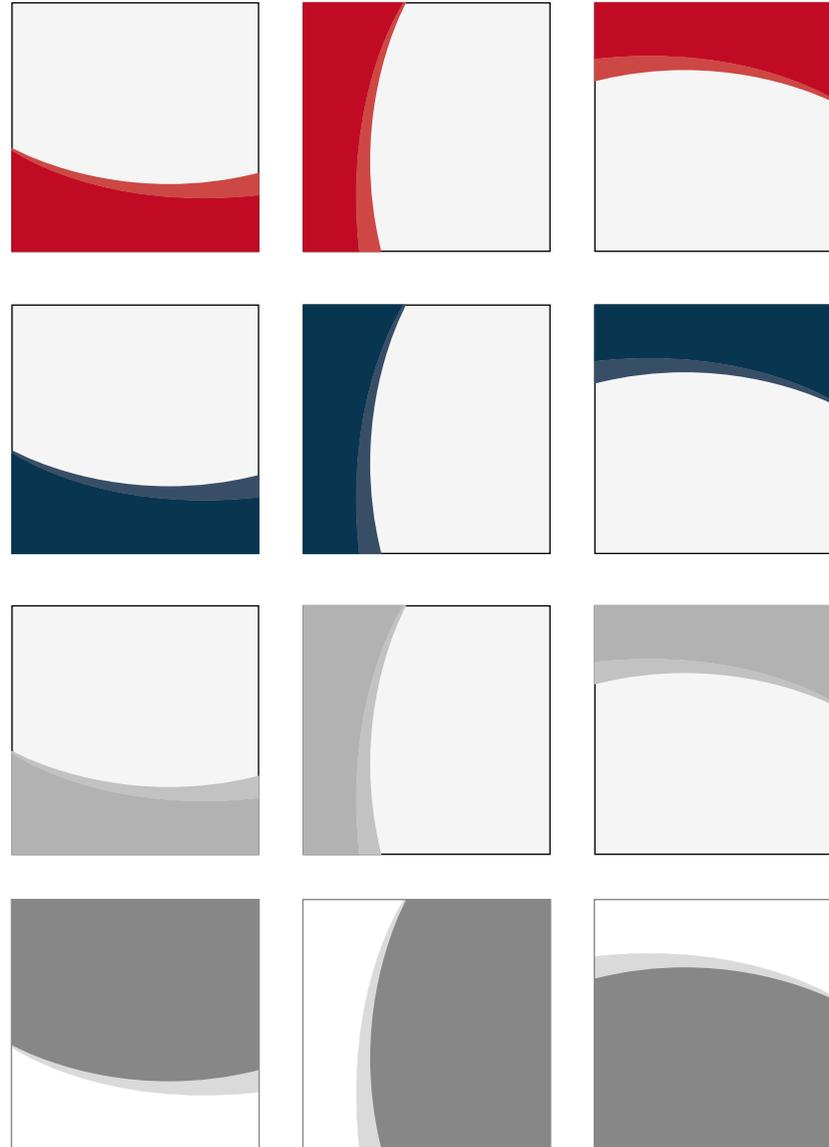
A partir del isotipo de nuestro imagotipo, nos encontramos con una orla que usaremos como recurso visual. Este elemento ayudará a que nuestro mensaje llegue de manera más efectiva.



# 2.6

## USO DE ELEMENTOS GRÁFICOS

La orla la usaremos en dos tonos de los colores principales y secundarios, con un 100 % y 80 %, respectivamente. Como elemento gráfico, puede utilizarse para las distintas piezas de la institución, como *mailing*, *roller*, *backing*, *flyer* y *afiche*.





# 2.7

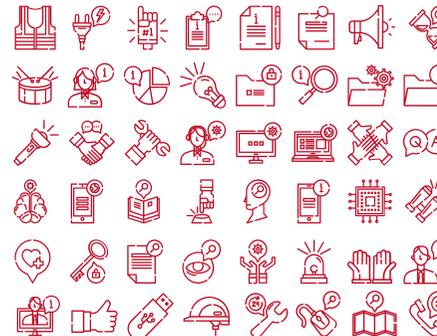
## PICTOGRAMAS E ICONOGRAFÍA

En caso se necesite elaborar un nuevo ícono, este debe mantener el estilo y características ya antes mencionados.

### TRABAJO EN EQUIPO



### ÍCONOS DE SOPORTE



### AVATARS



### ÍCONOS COMUNICACIONALES



# 2.8

## ESTILO FOTOGRAFICO

Se caracteriza por su solidez, profesionalismo y modernidad, pero con simplicidad. Estos atributos nos diferenciarán en todo momento en el actuar y comunicar.

El uso de material fotográfico deberá cumplir la normativa sobre derechos de autor.

Cabe destacar que PROMPERÚ cuenta con un repositorio digital, a cargo de la Oficina de Comunicaciones denominado el Andén de Contenidos, y al cual tienen acceso todos los servidores de la institución.

**INGRESE AQUÍ** ➤

<https://andendecontenidos.promperu.gob.pe/app/#/signin>



# 2.9

## FIRMA DE CORREOS

Con el fin de unificar criterios y preservar la imagen institucional de la entidad, todas las personas deben estandarizar su firma digital como aparece en el ejemplo.

Es importante mantener una coherencia visual en todas nuestras comunicaciones. Por ello, se debe mantener el formato que se detalla a continuación y evitar así pie de firmas que contengan imágenes, colores, dibujos o mensajes de diverso tipo que no corresponden a nuestra identidad corporativa.



**VER VIDEO DE INSTRUCCIONES PARA LA FIRMA INSTITUCIONAL AQUÍ**



DESCARGUE PLANTILLA

# 2.10

## FONDOS DE PANTALLA

Esta herramienta se podrá utilizar en las reuniones virtuales a través de plataformas como Meet o Zoom. A continuación, presentamos algunas opciones de fondos de pantalla que nuestros trabajadores podrán descargarlos con facilidad y usarlos cuando lo necesiten.



DESCARGUE LAS INSTRUCCIONES



DESCARGUE  
IMÁGENES

---

# 3. CONVIVENCIA DE MARCAS

---

# 3.1

## IDENTIFICADORES DE SERVICIOS INSTITUCIONALES

La actual estructura de la institución en la que conviven unidades, departamentos y oficinas ha dado lugar a la aparición de diferentes símbolos y logotipos para la comunicación de programas, plataformas y servicios diversos. En aquellas comunicaciones de carácter institucional (impreso, digital, audiovisual, elementos gráficos de eventos, entre otros), estas deben aparecer firmados por el identificador del servicio y el logo institucional de PROMPERÚ.

Entre los que cuentan con identidad gráfica, se encuentran:

- Marca Perú y marcas sectoriales
- iPerú
- Turismo In
- Aula virtual
- Cultura sostenible
- Ruta Exportadora
- ¿Y tú qué planes?
- Perú, Mucho Gusto
- Peru Marketplace

**IMPORTANTE:** Antes de desarrollar un logotipo o identidad gráfica, la Oficina de Comunicaciones deberá realizar la evaluación correspondiente en el marco de sus competencias y estrategias de comunicación.

# 3.2

## IDENTIFICADORES DE PROGRAMAS, PLATAFORMAS Y SERVICIOS INSTITUCIONALES



# 3.3

## MARCA PERÚ Y MARCAS SECTORIALES

### ¿EN QUÉ CASOS SE UTILIZA LA MARCA PERÚ Y SUS MARCAS SECTORIALES?

La Marca Perú es un símbolo identificador del Perú que busca 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 y aumentando la competitividad.

Las piezas pertenecientes a comunicación de la Marca Perú y sus marcas sectoriales respetarán los lineamientos de su propia identidad.

Es posible la presencia del logo institucional de PROMPERÚ en piezas de la Marca Perú y sus marcas sectoriales. Para esos casos, se cuenta con lineamientos específicos en cada manual de marca.

PROMPERÚ es una institución y por tanto cuenta con una identidad corporativa e institucional propia que no debe confundirse ni reemplazarse por la Marca Perú ni ninguna marca, logo o identidad desarrollada por la institución con el propósito de cumplir sus objetivos institucionales.

# 3.3

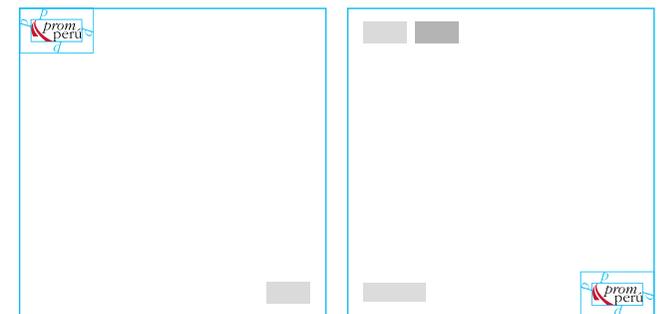
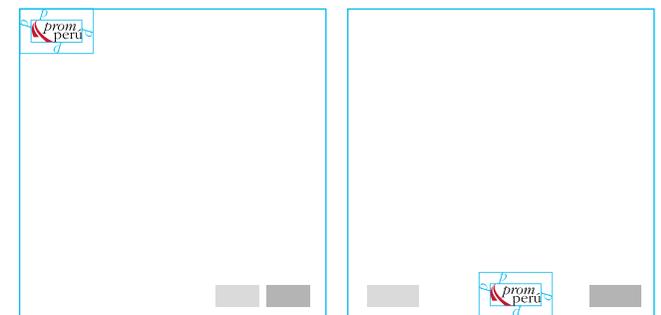
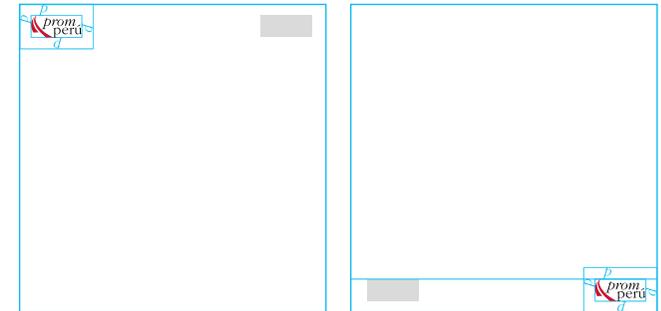
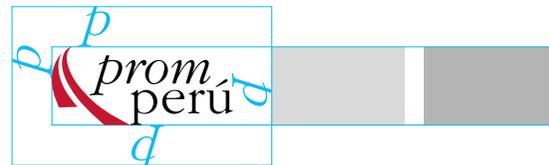
## MARCA PERÚ Y MARCAS SECTORIALES




# 3.4

## UBICACIÓN DE LOGOS

Para los casos en los que el logo institucional esté acompañado por la Marca Perú y sus marcas sectoriales, se podrán aplicar las siguientes alternativas.



---

# 4. APLICACIONES

---

# 4.1

## REDES SOCIALES

Las publicaciones en redes sociales podrán aplicar la orla como elemento gráfico en alternativa horizontal o vertical.

La orla puede llevar cualquiera de los colores principales de la paleta de color.

Los diseños deberán ser adaptados a los formatos propios de cada red social.

Adicionalmente, se considera la alternativa fotográfica.

Las publicaciones relativas a programas, eventos o servicios institucionales a nivel nacional deberán incluir la frase y logos de gobierno, de acuerdo con la normativa de PCM.



### EJEMPLOS



# 4.2

## MAILINGS

Las comunicaciones electrónicas podrán aplicar la orla como elemento gráfico en sus variantes de color.

Las comunicaciones electrónicas relativas a programas, eventos o servicios institucionales a nivel nacional deberán incluir la frase con logos de gobierno, de acuerdo con la normativa de PCM.



**RUEDA DE NEGOCIOS DE MADERA 2023**

PROMPERÚ te invita a participar en la Rueda de Negocios de Madera Ucayali 2023, donde podrás reunirte y concretar negocios con compradores extranjeros, que contribuirán a potenciar tu internacionalización.

**12 Y 13 DE OCTUBRE** **PUCALLPA, UCAYALI**

**Escríbencos a los correos:**  
 Martín Pinedo Manzur: mpinedo@promperu.gob.pe  
 Jesus Asencios Sosa: jasencios@promperu.gob.pe

\*Participación sujeta a evaluación

**REGISTRATE AQUÍ**

  **FRASE Y LOGOS DE GOBIERNO**



**Taller Herramientas para exportadores digitales**

Incrementa tu productividad con la información y las herramientas necesarias para tomar decisiones estratégicas.

**5 DE MAYO** **3:00 P. M.**

**Expositora:**  
 Pilar Bautista  
 PROMPERÚ

**MAYOR INFORMACIÓN**

  **FRASE Y LOGOS DE GOBIERNO**

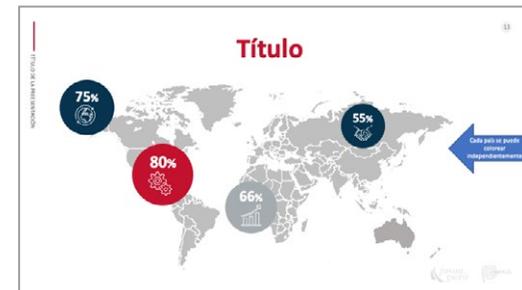


# 4.4

## PLANTILLA DE PRESENTACIÓN PPT

La plantilla PPT institucional deberá utilizarse en presentaciones que tienen como objetivo dar a conocer la labor que realiza la institución.

Para facilitar la lectura desde cualquier soporte informático, se utilizará la tipografía Calibri.



DESCARGUE PLANTILLA AQUÍ

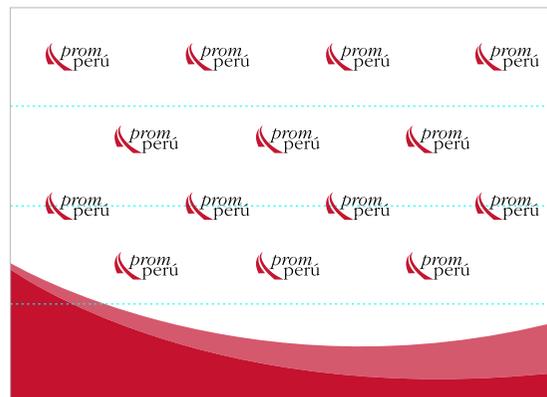
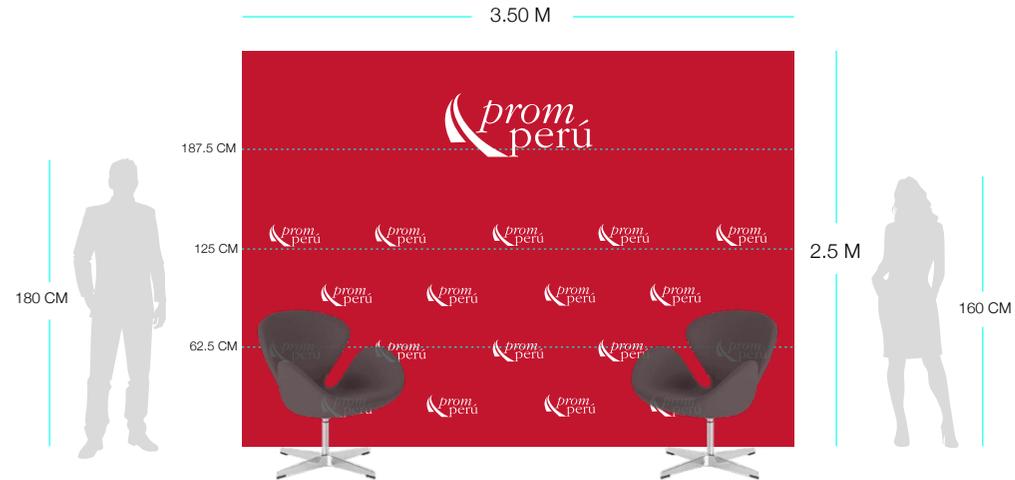
# 4.5

## PIEZAS DE EVENTOS

### **A. BACKING**

Es un elemento visual que permite exhibir imágenes, marcas o contenidos gráficos de gran formato. Puede ser utilizado como fondo de fotografía, en escenarios eventos o registro audiovisual.

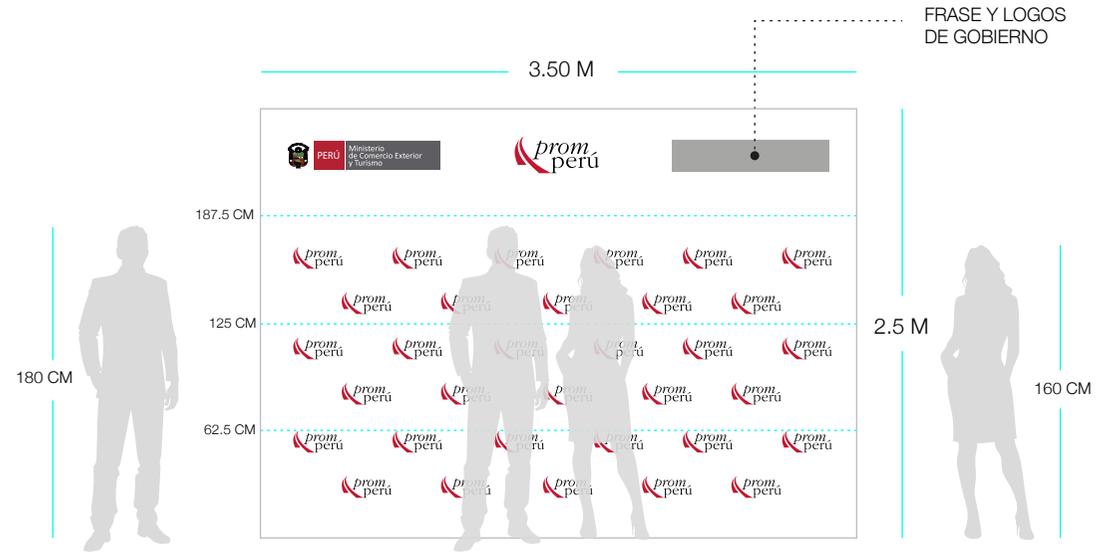
El diseño a emplearse deberá garantizar la visibilidad del logo en planos abiertos y cerrados de fotos y videos



# 4.5

## PIEZAS DE EVENTOS

Si bien PROMPERÚ cuenta con una línea gráfica propia, es posible que en función al análisis previo, a cargo de la Oficina de Comunicaciones, se decida crear una propuesta específica para el evento. En esos casos, el logotipo de PROMPERÚ deberá tener presencia estratégica.

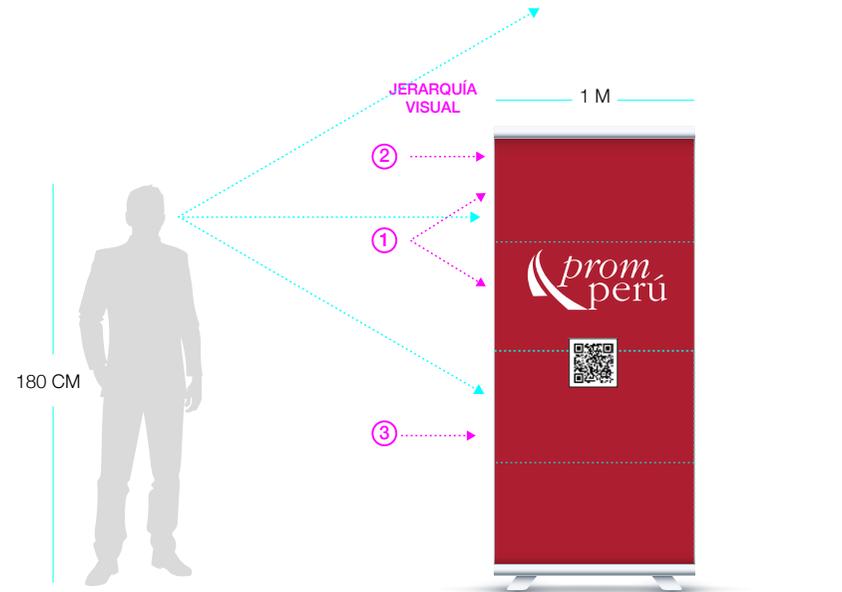


# 4.5

## PIEZAS DE EVENTOS

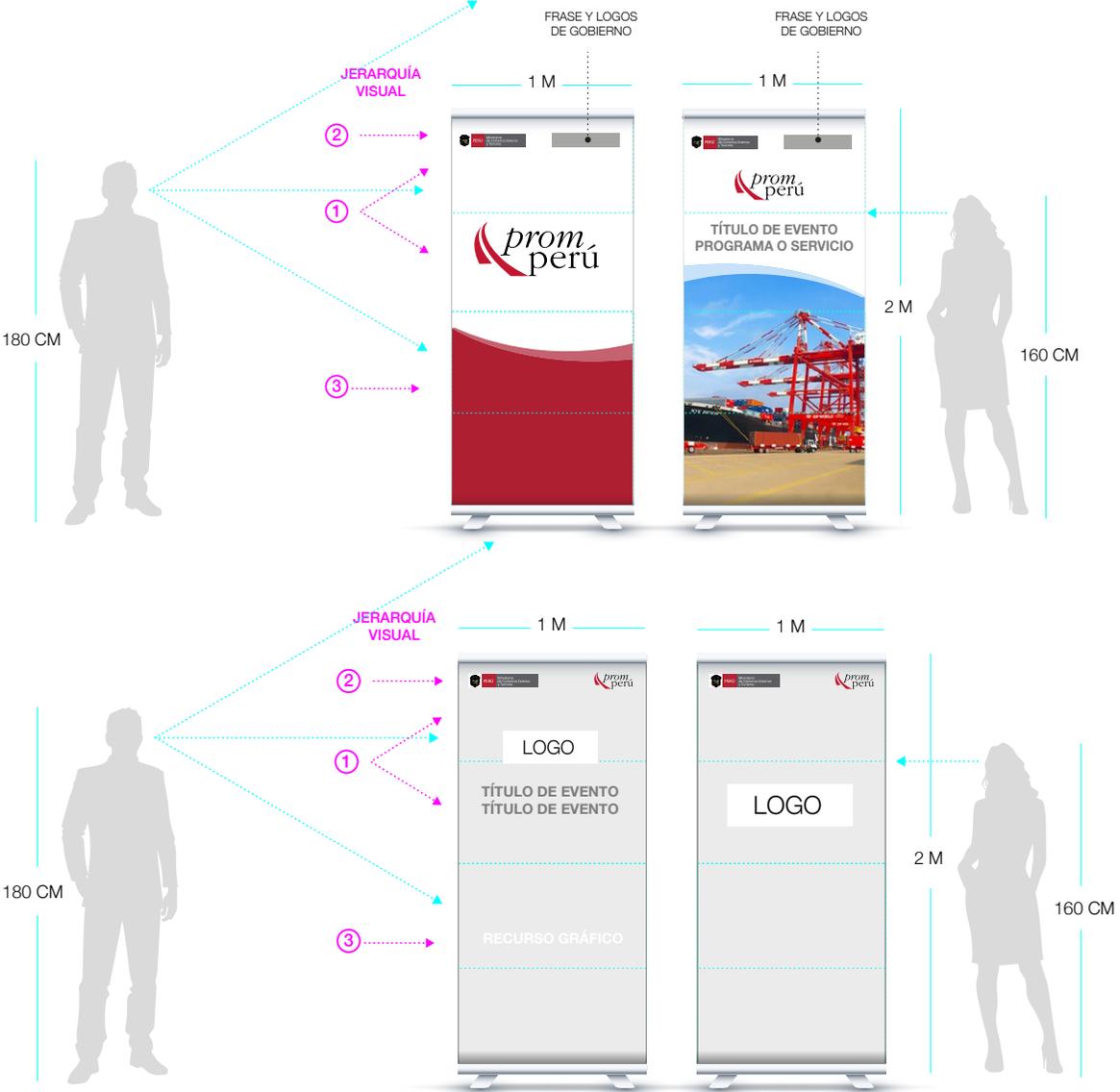
### **B. BANNER ROLLER O PARANTE**

En función del uso e información, es posible desarrollar diferentes alternativas de diseño para el *roll screen* o totem.



# 4.5

## PIEZAS DE EVENTOS



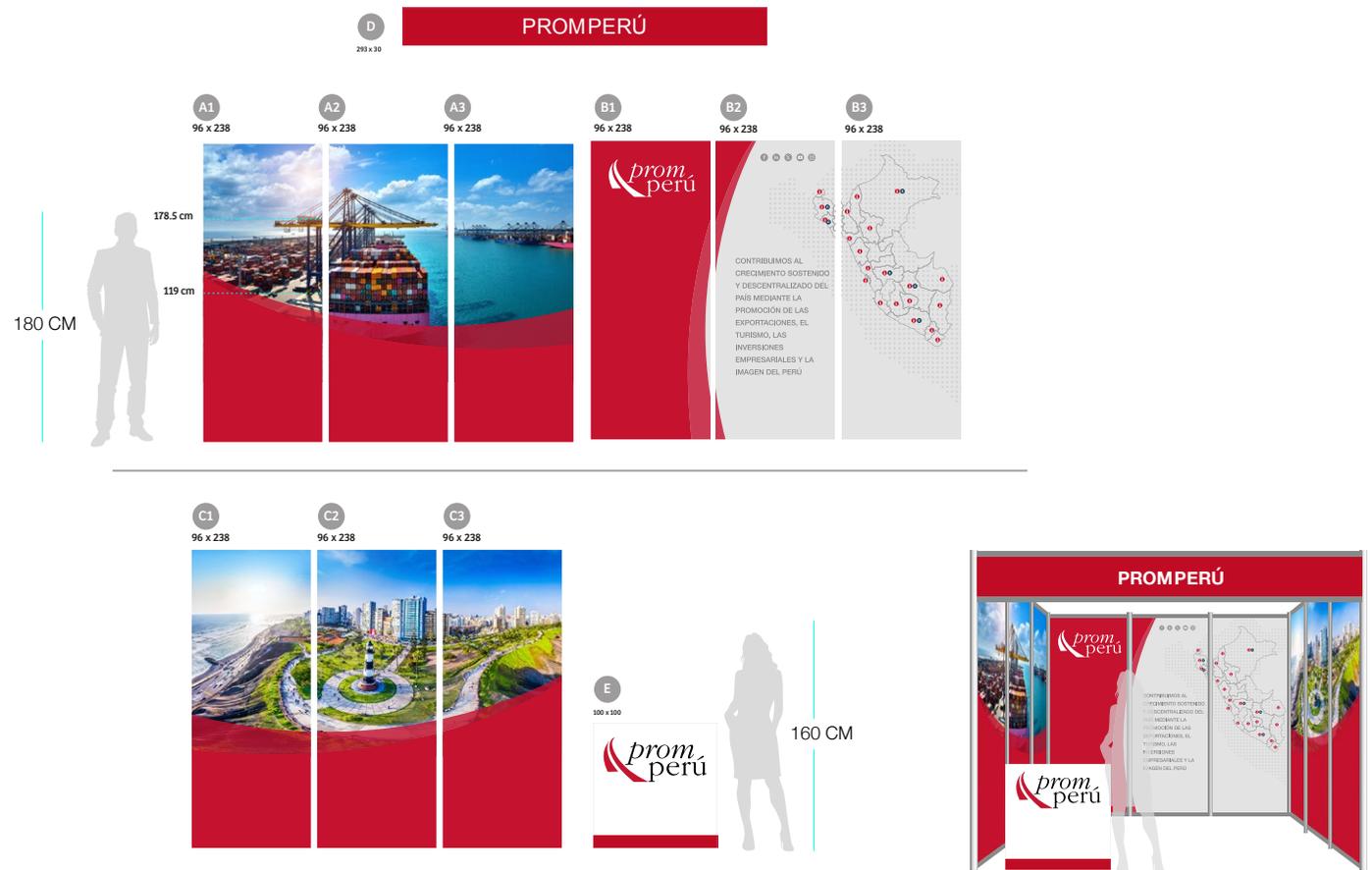
# 4.5

## PIEZAS DE EVENTOS

### C. STANDS INSTITUCIONALES

En el ejemplo tenemos un *stand* de 3x3, donde se podrá ubicar en las paredes laterales gráficas legibles, imágenes impactantes y mensajes claros.

### EJEMPLO STAND 3X3



Todos los ejemplos que se muestran en esta página son única y exclusivamente ilustrativos sobre la importancia y ubicación de logo.

# 4.5

## PIEZAS DE EVENTOS

Será importante tomar en cuenta que, por debajo de los 50 centímetros, es preferible no poner información relevante (QR de descarga, página web), pues difícilmente se podrá leer, menos capturar información de QR.

### EJEMPLO STAND 3X3 EN ESQUINA



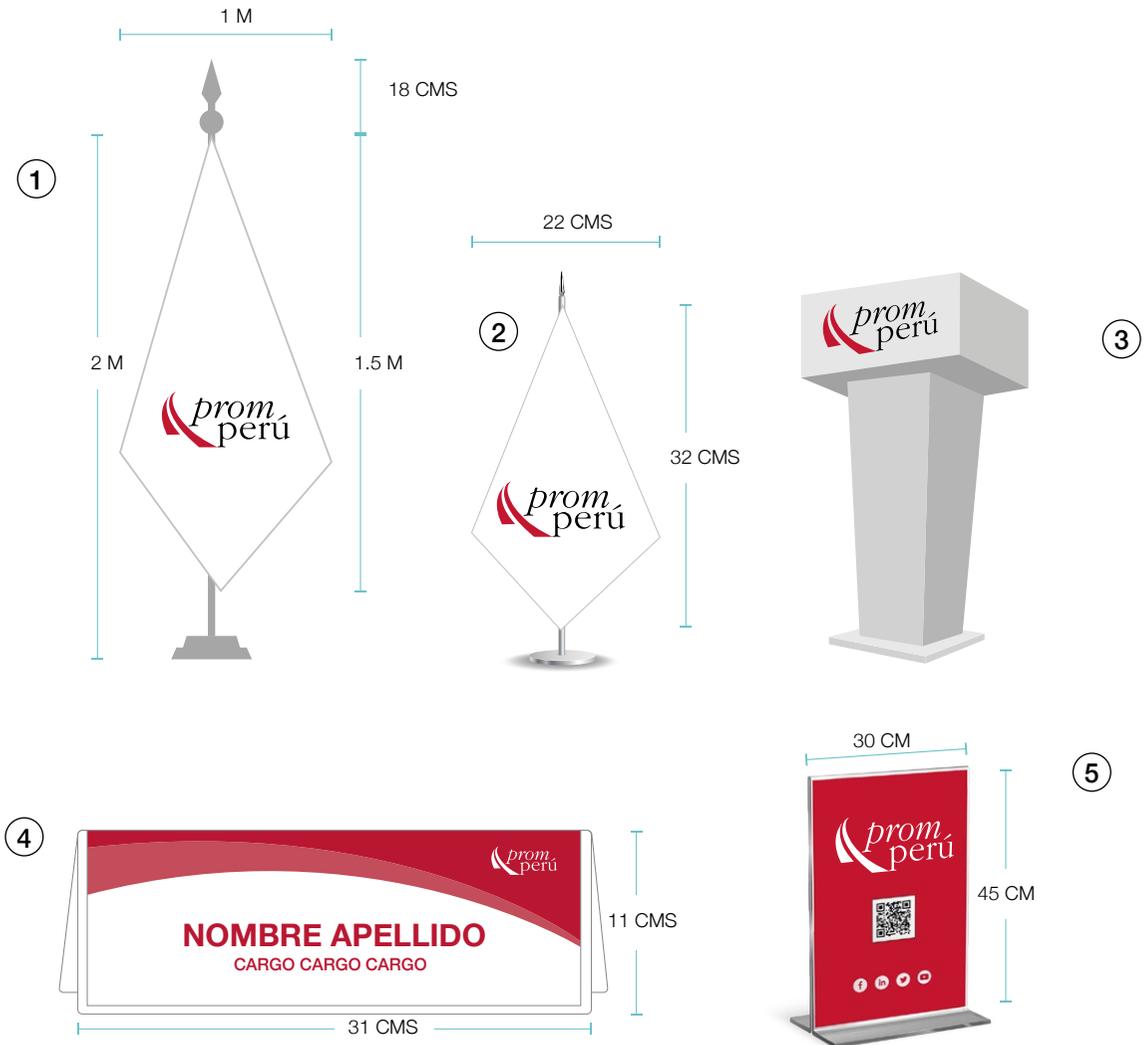
Todos los ejemplos que se muestran en esta página son única y exclusivamente ilustrativos sobre la importancia y ubicación de logo.

# 4.5

## PIEZAS DE EVENTOS

### D. ELEMENTOS PROTOCOLARES

1. Bandera/estandarte
2. Banderín
3. Podio
4. Tareco
5. *Table tent*



# 4.5

## PIEZAS DE EVENTOS

### EJEMPLO DE UBICACIÓN

Un evento es registrado desde dos niveles. Un primer registro es el del público asistente, pero también existe el registro de la cámara (fotografía o video) que perenniza el momento.



Todos los ejemplos que se muestran en esta página son única y exclusivamente ilustrativos sobre la importancia y ubicación de logo.

---

# 5. OFICINAS

---

# 5.1

## RECEPCIÓN DE OFICINAS

Las oficinas, los ambientes y demás espacios e instalaciones de la institución deberán ser accesibles y amigables, que reflejen los servicios y valores de PROMPERÚ.

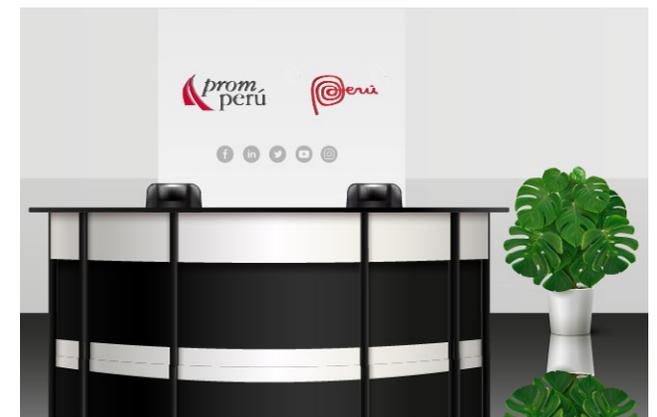
La zona de recepción o *counter* deberá incluir el logotipo de PROMPERÚ a una altura y ubicación de óptima visibilidad.

Podrá incluirse el logo de la institución, de manera individual o en *cobranding* con la Marca Perú.

SOLO CON EL LOGO DE PROMPERÚ



COUNTER CON COBRANDING



Todos los ejemplos que se muestran en esta página son única y exclusivamente ilustrativos sobre la importancia y ubicación de logo.

# 5.2

## SALAS DE REUNIONES

Los espacios interiores deberán incluir el logo de PROMPERÚ, de manera individual o en *cobranding* con la Marca Perú o las marcas o identificadores institucionales. Los diseños tendrán que estar alineados al estilo corporativo y podrán incluir elementos gráficos que transmitan información relativa al rol que desarrollamos.



Todos los ejemplos que se muestran en esta página son única y exclusivamente ilustrativos sobre la importancia y ubicación de logo.

# 5.3

## SEÑALÉTICA

Las oficinas tendrán que estar correctamente señalizadas. Deberá cuidarse que los elementos de identificación y señalización sean legibles, claros y actualizados, a fin de que se permita un recorrido amigable y seguro.



Todos los ejemplos que se muestran en esta página son única y exclusivamente ilustrativos sobre la importancia y ubicación de logo.

# 5.4

## MÓDULOS Y OFICINAS IPERÚ

Los módulos y oficinas de atención de PERÚ deberán incorporar el logo de la institución.



Todos los ejemplos que se muestran en esta página son única y exclusivamente ilustrativos sobre la importancia y ubicación de logo.



[www.gob.pe/promperu](http://www.gob.pe/promperu)

