



TEXTO SUSTITUTORIO

LEY QUE ESTABLECE LA MARCA PAÍS PERÚ PARA PROMOVER Y FORTALECER LA IMAGEN DEL PAÍS

**Artículo 1. Objeto de la Ley**

La presente ley tiene por objeto establecer la marca país Perú para promover y fortalecer la imagen del país a nivel nacional e internacional.

Artículo 2. Finalidad de la Ley

La finalidad de la ley es contribuir en el fortalecimiento de nuestra imagen como país e incentivar el turismo, comercio **y las inversiones empresariales** a través de lo siguiente:

- Promover la imagen y la marca país Perú en todos los eventos oficiales en el país y en el exterior.
- Promover el desarrollo de la marca país Perú a través de acciones, actividades, programas o proyectos vinculados a la promoción de la imagen del país a nivel nacional e internacional.
- Promover el desarrollo de estudios, investigaciones, campañas, eventos y actividades a nivel nacional e internacional para promover la imagen y la marca país, incluyendo componentes de innovación y desarrollo tecnológico cuando corresponda.
- Promover el diseño, elaboración y gestión del material necesario para la difusión a nivel nacional e internacional de la imagen país y de la marca país Perú.

Artículo 3. Autoridades competentes

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), de conformidad con sus competencias y funciones, emiten las normas y acciones necesarias para la aplicación e implementación de la presente ley.

Artículo 4. Financiamiento

La aplicación de lo establecido en la presente ley se financia con cargo al presupuesto institucional de los pliegos respectivos en el marco de las leyes anuales de presupuesto, conforme a sus competencias y a la normatividad vigente.

Artículo 5. Continuidad de las acciones de promoción y campañas

El Poder Ejecutivo, a través de sus sectores competentes, realizan las acciones pertinentes con la finalidad de dar continuidad a las acciones de promoción y campañas de la marca país Perú.

Se presenta agregados en los art. 1 y 2 (inc.2) al texto para de la fórmula legal en mejora de la redacción.

HAMLET ECHEVERRÍA RODRÍGUEZ
Presidente
Comisión de Comercio Exterior y Turismo