



'Casa Perú' y 'Turismo In' de PROMPERÚ triunfan en Creatividad Empresarial

- ✓ *Campaña experiencial de difusión de nuestro país en el exterior ideado por la Marca Perú recibió galardón en la categoría de Turismo y Recreación*
- ✓ *Plataforma 'Turismo In', servicio que brinda información gratuita y actualizada sobre el sector, ganó en categoría de Medios Interactivos*

Lima, 23 de noviembre de 2018.– Los premios Creatividad Empresarial 2018 de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) reconocieron la labor que realiza PROMPERÚ al premiar la campaña 'Casa Perú' y el sistema integral de información 'Turismo In' durante una ceremonia realizada anoche.

“Hace unos 20 años el Perú eligió ser un país que iba a exportar y, para hacerlo, tienes que estar en la vitrina internacional, creando un instrumento que hoy es una de las agencias más potentes de posicionamiento de nombre y de marca en el mundo y se llama PROMPERÚ”, destacó el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Rogers Valencia, durante el evento.

El primer ganador de la noche en la categoría Medios Interactivos fue el sistema integral de información 'Turismo In', servicio de información turística actualizada gratuita que, hasta el momento, cuenta con más de 41 500 usuarios registrados. Luego, en la categoría Turismo y Recreación se premió a la 'Casa Perú', campaña experiencial que promocionó este año a nuestro país en grandes eventos internacionales.

PLATAFORMA TURISMO IN

El servicio Turismo In nace de la necesidad de contribuir a la profesionalización del sector y acortar la brecha entre la falta de información del mercado externo y las mypes nacionales. Está enfocado en la generación permanente de data actualizada, la adecuación a los múltiples formatos digitales y la creación de nuevos productos informativos sobre el turismo dispuestos en una web de libre acceso, que hasta el momento cuenta con más de 41 500 usuarios registrados.

A partir del 2017, la web fue complementada con programas que han desarrollado las capacidades de 5 700 personas vinculadas con el sector y a 275 pequeñas y medianas empresas nacionales. De esta forma, la combinación de las acciones digitales y presenciales permitió que se convierta en un servicio orientado a beneficiar y empoderar -mediante la información- a la fuerza laboral del sector turístico nacional.

LA CASA PERÚ

La Casa Perú contribuye a la mejora de la imagen del país y la reputación del Perú a nivel internacional en materia de turismo, exportaciones e inversiones. Durante el 2018 se desarrolló en tres oportunidades:

Casa Perú de Corea del Sur –la primera–, que se instaló en la ciudad de Gangneung, una de las ciudades sede donde se desarrollaron los XXIII Juegos Olímpicos de Invierno.

Casa Perú durante el Festival South by Southwest, que contó con ambientes dedicados a la realidad virtual, videoarte con temas amazónicos, el arte de Harry Chávez, venta de productos peruanos como salsas de ají, rocoto y huacatay, y actividades como clases de tejido con bastidores y la posibilidad de estampar camisetas con la temática chicha. En promedio la permanencia en la casa fue de 50 minutos, y las principales emociones que fluyeron en la Casa Perú fueron positivas: felicidad y sorpresa.

Casa Perú Rusia, que se realizó fue durante la Copa Mundial de Fútbol y que reunió lo mejor de la Costa, Sierra y Selva, divulgando los principales atractivos turísticos y productos estrella de exportación del Perú. Además, generó reuniones de trabajo entre exportadores peruanos y potenciales importadores internacionales. Su implementación se hizo en el centro de exposiciones Manege, a solo cinco minutos a pie de la icónica Plaza Roja.

Dpto. de RRPP y Prensa de PROMPERÚ

Email: comunicaciones@promperu.gob.pe

Teléfono: 616 – 7300 Anexo: 1393 - 1454