



COMMISSION
DES COMMUNAUTÉS
EUROPÉENNES

Bruxelles, le

DIRECTION GÉNÉRALE
RELATIONS EXTÉRIEURES
1/1/3
VR/lg/

ADDENDUM N° 1

AL CONVENIO NTP/89/504/919

A T. AL SECTOR TURISMO - PERU

(Engagement n° 89.0027)

Entre

La Comisión de las Comunidades Europeas

representada por el Sr. Juan Prat, Director General para las Relaciones Norte/Sur, desde ahora denominada la "Comisión", de una parte,

Y

la República del Perú

desde ahora denominada "el Beneficiario", de otra parte.

TERMINOS DEL ADDENDUM

Ambas partes han acordado modificar las actividades previstas en el convenio original sin incidencia financiera.

En consecuencia, los artículos modificados se leerán en adelante como sigue:

5. Detalles del proyecto

El programa de Promoción de Turismo 1992-1994 comprende 6 subprogramas en los cuales se contemplan las siguientes acciones a ser ejecutadas en Europa y en el Perú. Dichas acciones serán realizadas conjuntamente por expertos europeos y FOPTUR.

5.1 Gestión de una base de datos

Idem al convenio original (sin cambios).

5.2 Capacitación

Capacitación dirigida al sector privado peruano orientado prioritariamente hacia el mercado europeo, focalizado sobre:

- las técnicas de negociación aplicadas en los mercados de la CEE.
- el perfeccionamiento de los servicios en función de las exigencias de los países de la CEE.

5.3 Asistencia técnica en mercadeo

5.3.1 Identificación de mercados objetivos.

- Realizar un análisis motivacional del mercado.
- Identificar y medir los segmentos y microsegmentos.
- Determinar el perfil del turismo objetivo.
- Identificar los diferentes canales de comercialización, gremios y/o instituciones, a fin de poder dirigir y concentrar los esfuerzos de comercialización de forma eficiente.

5.3.2 Identificación de estrategias de comunicación para cada mercado europeo orientadas hacia el consumidor - Elaboración y ejecución de estos programas.

- Realizar sondeos sobre la imagen actual del Perú y del posicionamiento del producto turístico peruano.
- Establecer una estrategia de relacionamiento de la oferta y recomendaciones sobre la estrategia de comunicaciones para la difusión más adecuada en cada mercado objetivo identificado.
- Identificar los principales medios de comunicación para promover e invitar al Perú.

5.3.3. Estrategia de promoción para cada mercado europeo orientado hacia el consumidor.

5.4 Material promocional colateral

Idem al convenio original (sin cambios).

5.5 Fomento de inversiones

5.5.1 Asesoramiento en la identificación y selección de inversionistas internacionales.

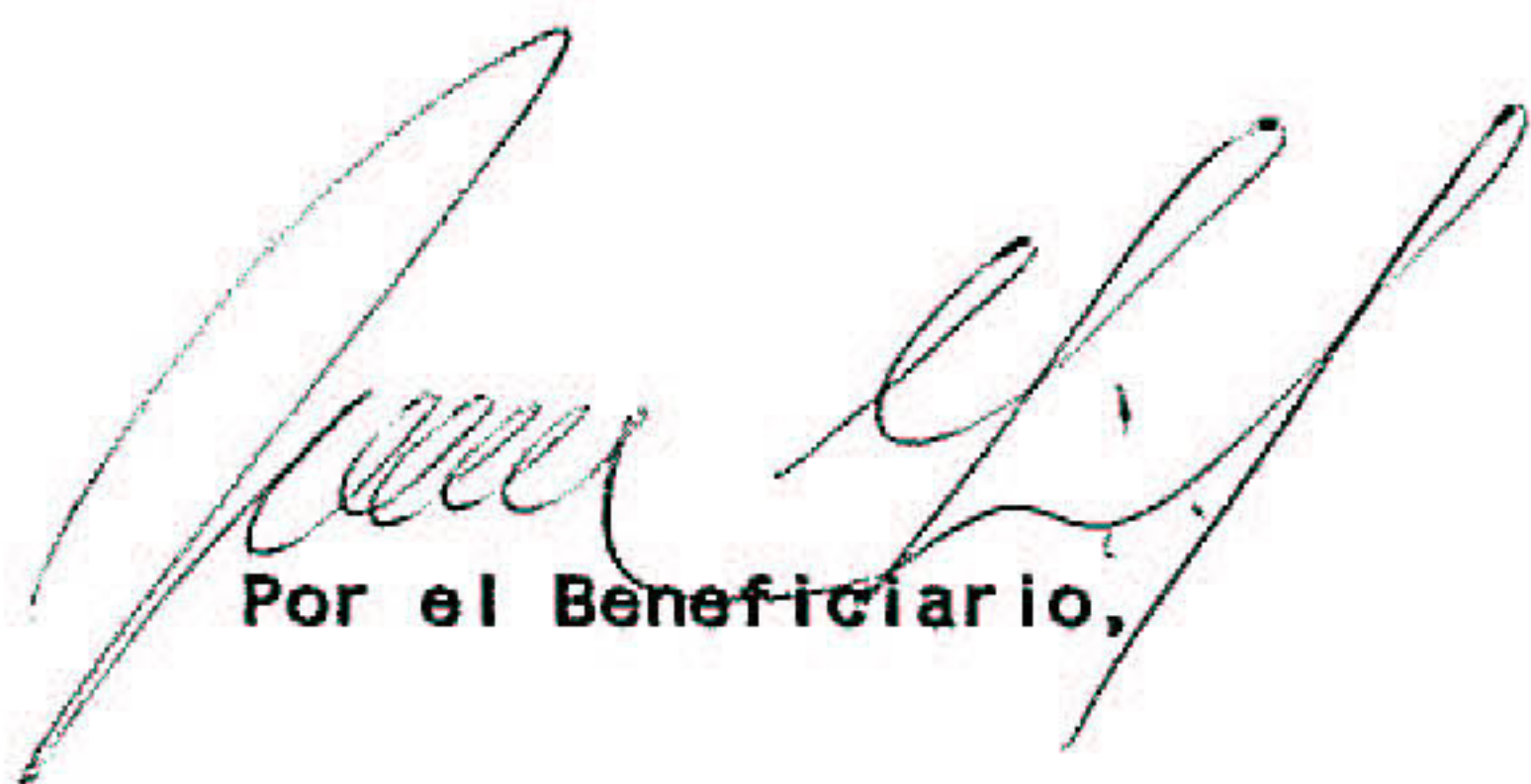
5.5.2 Asesoramiento en la identificación, selección de fuentes de financiamiento en los países de la CEE para inversiones nacionales.

5.5.3 Apoyo para la implementación de foros y encuentros para promover inversiones turísticas en el Perú.

5.6 Participación en ferias especializadas

Idem al convenio original (sin cambios).

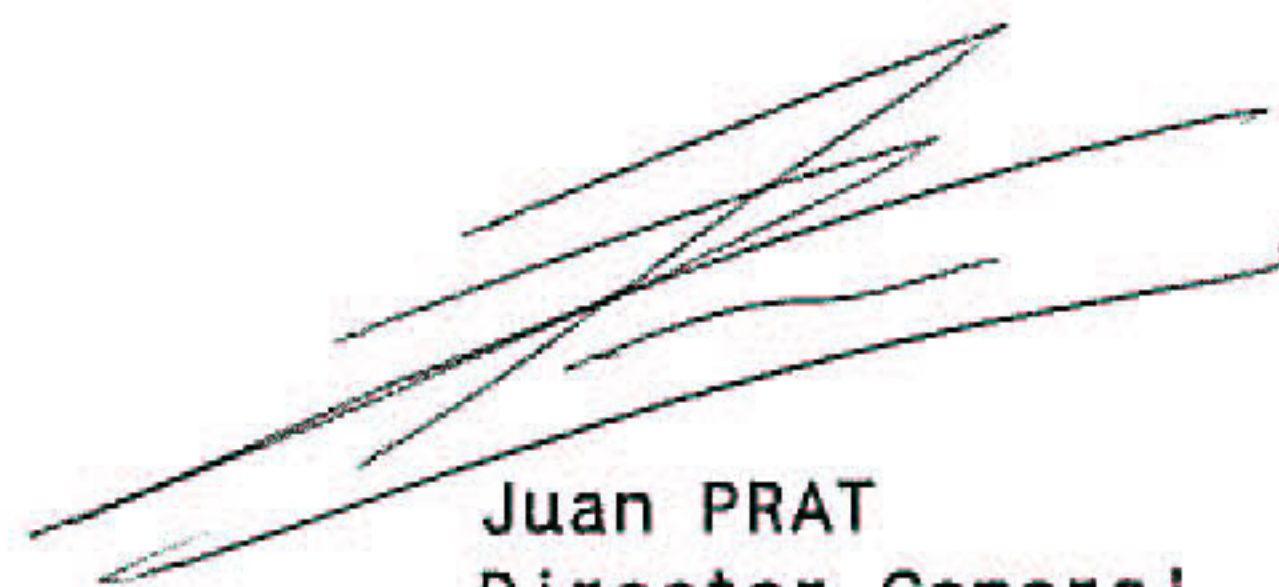
Todos los otros artículos no sufren cambios.



Por el Beneficiario,

Por la Comisión

leído y aprobado (1)



Juan PRAT
Director General
Relaciones Norte/Sur

Bruselas, 10/06/92

Anexo (si necesario):

(1) mención manuscrita