



INFORME TECNICO N° -2025-PROMPERU/DT-STR

A : JULIET QUIÑONES PAUCAR
Jefe de la Oficina de Administración

Asunto : Servicio de alquiler de ambiente para la Feria OTM 2026 - SBS25004012.

I. ANTECEDENTES

- 1.1 La Dirección de Promoción del Turismo es el órgano de línea responsable de la promoción del turismo receptivo e interno, a través de la realización de actividades de promoción del destino Perú, de fortalecimiento de la gestión comercial de las empresas y de inteligencia turística, que contribuyan con el desarrollo sostenido y descentralizado del país, en concordancia con las políticas, lineamientos, objetivos y metas sectoriales.
- 1.2 Su gestión impacta en el objetivo general institucional de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de ingresos generados por turismo, para ello cuenta entre sus objetivos específicos posicionar el Perú como destino turístico atractivo a nivel internacional recuperando el flujo y el gasto y diversificando la oferta.
- 1.3 OTM es una feria dirigida a profesionales de la industria turística que brinda un espacio de promoción en los mercados del sector turismo de India, especialmente de los Estados de Maharashtra, Gujarat, Goa, Karnataka, Kerala, Tamil Nadu, West Bengal, entre otros. Esta feria de turismo se lleva a cabo anualmente reuniendo a los profesionales del sector en uno de los más importantes centros de convenciones de la ciudad de Mumbai, que es a su vez, una de las más importantes ciudades de origen de pasajeros internacionales de la India y considerada como el hub financiero y de negocios de este país. Cabe resaltar que, cuenta con un gran número de empresas dedicadas al turismo MICE y de negocios.
- 1.4 PROMPERÚ participó por primera vez en el evento durante la edición 2024, lo que permitió reunir en un encuentro comercial a operadores turísticos y productos peruanos con sus pares indios y generar nuevas relaciones comerciales. Durante dicha participación se contó con un espacio de 70m², 10 co-expositores peruanos, 2,549 contactos comerciales, 903 citas comerciales y potencial de negocio de US\$2,603,000.
- 1.5 Para la edición 2025, OTM contó con la participación de 80 países, más de 50,000 visitantes comerciales y más de 2,100 expositores. PROMPERÚ participó junto con 16 empresas peruanas en un stand de 150m² obteniéndose 994 citas comerciales y \$16'412,000 como potencial de negocios.
- 1.6 En el marco de las actividades regulares de la Subdirección de Turismo Receptivo - Mercado de Asia y Oceanía, ha visto conveniente la participación de PROMPERÚ en la Feria OTM 2026, a realizarse de manera presencial en la ciudad de Mumbai, India, del 05 al 07 de febrero 2026.

II. ANÁLISIS

Respecto al Marco de Competencias de PROMPERÚ

- 2.1 El Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2016-2026 del MINCETUR, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 230-2016-MINCETUR y sus modificatorias, tiene como Objetivo Estratégico 4: "Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro", estableciendo como forma de medición de alcance de este objetivo los siguientes indicadores: i) El empleo turístico (miles); ii) Llegada de turistas internacionales (personas); iii) Flujos de viajes por turismo interno (millones); iv) Ingreso de divisas generado por el turismo receptivo (millones de US\$); cuyo cumplimiento estará a cargo del Viceministerio de Turismo del MINCETUR y de PROMPERÚ.



INFORME TECNICO N° -2025-PROMPERU/DT-STR

- 2.2 De acuerdo al referido Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2016-2026 del MINCETUR, el modelo conceptual de Turismo está conformado, entre otros, por un componente de Promoción, que se define como el conjunto de acciones de comunicación y difusión que permitan dar a conocer los destinos turísticos, motivando el viaje del consumidor final y el desarrollo de actividades turísticas.
- 2.3 De acuerdo con el artículo 42 de la Ley General de Turismo: *“La promoción turística es ejecutada por PROMPERÚ en el ámbito nacional e internacional, en el marco del Plan Estratégico Institucional, a través de diferentes herramientas y actividades de mercadeo y promoción que funcionen como canales de distribución del producto turístico, entre otros medios que cuenten con el respaldo técnico respectivo y permitan la difusión y posicionamiento del país como destino turístico”.*

Respecto al Marco de Competencias de la Dirección de Promoción del Turismo - DT

- 2.4 De acuerdo al artículo 60 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ, la DT es el órgano de línea responsable de la promoción del turismo receptivo e interno, a través de la realización de actividades de promoción del destino Perú, de fortalecimiento de la gestión comercial de las empresas y de inteligencia turística, que contribuyan con el desarrollo sostenido y descentralizado del país, en concordancia con las políticas, lineamientos, objetivos y metas sectoriales. Asimismo, y conforme se señala en el artículo 62 del ROF, son unidades orgánicas de la DT: i) La Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística; ii) La Subdirección de Promoción del Turismo Interno; y iii) La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

Respecto al Marco de Competencias de la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo - STR

- 2.5 De acuerdo al artículo 67 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ, la STR es la unidad orgánica de la DT encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función a los objetivos y estrategias institucionales.
- 2.6 De acuerdo al literal b) del referido artículo, la STR tiene entre sus funciones: Identificar, proponer y desarrollar estrategias y nuevos segmentos turísticos, así como herramientas de promoción del turismo receptivo, sobre la base de la información estratégica-comercial proporcionada por la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística, para la cadena comercial turística extranjera, aliados y otros actores del sector, ubicados en los países en los que desarrollan actividades promocionales.

Respecto a la necesidad de participar en la Feria “OTM 2026”

- 2.7 Sobre el particular, cabe destacar que mediante Resolución N° 000190-2024-PROMPERÚ/PE, se oficializó el Plan Operativo Institucional 2025 de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, aprobado por Consejo Directivo en la Sesión del 20 de diciembre de 2024, el mismo que contempla dentro de sus Acciones Estratégicas Institucionales (AEI), lo señalado en el OEI. 03: Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo; tal como se muestra a continuación:

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación
y el Turismo - PromPerúDirección de Promoción
del Turismo**INFORME TECNICO N° -2025-PROMPERU/DT-STR**

Objetivo Estratégico Institucional		Acción Estratégica Institucional		Nombre del Indicador
Código	Descripción	Código	Descripción	
OEI. 03	Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo	AEI. 03.01	Promoción de destinos turísticos bioseguros a los turistas	Número de destinos promocionados que cuenten con certificaciones y/o protocolos de bioseguridad implementados
		AEI. 03.02	Impulso a un mayor gasto y estadía en beneficio del sector turismo	Gasto promedio de turistas extranjeros
				Número de noches promedio en estadía
		AEI. 03.03	Generación de oportunidades conjuntas en los mercados de interés en beneficio del sector turismo	Avance porcentual del cumplimiento de la meta del número de pasajeros
		AEI. 03.04	Promoción del trabajo de forma oportuna con la cadena comercial	Número de profesionales de turismo capacitados en el exterior (OCEX – turismo receptivo)
		AEI. 03.05	Captación de reuniones, viajes de incentivos y eventos internacionales en forma oportuna para el sector turismo	Número de postulaciones a reuniones y eventos conseguidas (MICE - Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions)
				Número de profesionales capacitados en MICE

- 2.8 Dicha Resolución se alinea al Plan Operativo Multianual 2023 - 2025 de PROMPERÚ, aprobado por Resolución N° 000183-2022-PROMPERÚ/PE, el mismo que contempla dentro de sus Acciones Estratégicas Institucionales (AEI) priorizadas por Objetivo Estratégico Institucional (OEI), lo señalado en el OEI. 03. Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo; tal como se muestra a continuación:

Objetivo Estratégico Institucional		Acción Estratégica Institucional	
Código	Descripción	Código	Descripción
OEI. 03	Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo	AEI. 03.01	Promoción de destinos turísticos bioseguros a los turistas
		AEI. 03.02	Impulso a un mayor gasto y estadía en beneficio del sector turismo
		AEI. 03.03	Generación de oportunidades conjuntas en los mercados de interés en beneficio del sector turismo
		AEI. 03.04	Promoción del trabajo de forma oportuna con la cadena comercial
		AEI. 03.05	Captación de reuniones, viajes de incentivos y eventos internacionales en forma oportuna para el sector turismo

- 2.9 De acuerdo Plan Operativo Institucional aprobado, la participación de PROMPERÚ en la **Feria "OTM 2026"**, una de las más emblemáticas en mercado de la India, coadyuva a cumplir con la AEI.03, toda vez que permitirá el impulso a un mayor gasto y estadía en beneficio del sector turismo.

Respecto al Turismo de India

- 2.10 Al respecto, cabe señalar que en el año 2019, el Perú registró un total de 4'371,787 llegadas de turistas internacionales, de los cuales 9,505 fueron provenientes de India. Esto representó un incremento del 9% respecto al año 2018 (8,742), siendo el quinto mercado emisor de viajes al Perú a nivel de Asia.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación
y el Turismo - PromPerúDirección de Promoción
del Turismo**INFORME TECNICO N° -2025-PROMPERU/DT-STR**

- 2.11 En el año 2023, el Perú recibió un total de 2 524 658 llegadas de turistas internacionales, de los cuales 7 952 fueron turistas indios, viéndose un incremento de 60% en relación al mismo periodo del 2022.
- 2.12 En el 2024, el Perú ha recibido 3 256 693 turistas internacionales, de los cuales 10, 851 provienen de India, un 36 % más que en el 2023 y un 114% de recuperación con respecto al año 2019.
- 2.13 Las principales ciudades emisoras de turistas hacia el Perú son Delhi y Mumbai. Un dato notable es que es el tercer país con mayor número de centimillonarios en el mundo. Le caracteriza, además, el mosaico de razas, culturas y religiones que conviven, pudiéndose encontrar más de 200 lenguas diferentes, sin embargo, es importante destacar que el idioma inglés es el mayormente hablado y usado en los negocios.
- 2.14 La anticipación de compra promedio es de 03 a 06 meses aproximadamente, lo que refleja un equilibrio entre la planificación y la flexibilidad en sus viajes. Suelen organizar su viaje de forma independiente. No obstante, el mercado meta prefiere servicios de alta calidad, siendo importante el rol del agente de viaje y plataformas OTA, ya que muchos viajeros aún confían en ellas para obtener información y realizar reservas en destinos de América Latina. Esta combinación de enfoques en la planificación de viajes demuestra la importancia de integrar ambas estrategias para maximizar la captación de turistas indios. El turista indio, es de alto gasto y busca principalmente realizar turismo de experiencias, viajes multi-generacionales y viajes de lujo.

Respecto al proveedor para el alquiler de ambiente en la Feria OTM 2026

- 2.15 OTM 2025 es una feria de tipo B2B¹, dirigida a profesionales de la industria turística india principalmente así como profesionales de la región asiática especializada en viajes y servicios de turismo siendo considerada una de las más importantes del segmento a nivel internacional.
- 2.16 **Fairfest Media Limited** es la compañía a cargo de realizar el alquiler de los ambientes para la participación en OTM. Desde 1989, Fairfest organiza ferias comerciales líderes en la industria del turismo.
- 2.17 La participación en OTM 2026, permitirá:
- Mostrar al Perú ante más de 2100 expositores de más de 60 países y más de 30 estados de la India.
 - Networking con más de 50,000 visitantes profesionales y más de 1000 compradores invitados.
 - Aprender de tendencias e innovaciones turísticas sobre la India, participar en taller y capacitaciones.
- 2.18 En ese sentido, se considera importante la participación de PROMPERÚ en la Edición 2026 de la Feria OTM la cual se llevará a cabo en la ciudad de Mumbai, India, del 05 al 07 de febrero 2026, como plataforma de exposición en el Mercado Internacional, con el fin de reforzar el posicionamiento del Perú como un destino donde se ofrece una variada oferta turística. Cabe señalar que la participación en la Feria contribuirá al objetivo institucional de crecimiento sostenido y descentralizado de las divisas generadas por turismo.

Respecto al requerimiento de contratación

- 2.19 De acuerdo al literal n) del literal 7.1. de la Ley N° 32069 Ley General de Contrataciones Públicas, se excluyen de las disposiciones de la presente ley los siguientes supuestos, con excepción de aquellas referidas a los principios que rigen las contrataciones públicas:

n) Las contrataciones realizadas con proveedores no domiciliados en el país cuando se cumpla una de los siguientes supuestos: i) ante la imposibilidad de realizar la contratación a través de los

¹ Bussines to bussines (canal comercial a canal comercial- empresa a empresa)

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación
y el Turismo - PromPerúDirección de Promoción
del Turismo**INFORME TECNICO N° -2025-PROMPERU/DT-STR**

mecanismos de contratación o los procedimientos de selección de la presente ley; o ii) cuando el mayor valor de las prestaciones se realice en territorio extranjero; iii) para las contrataciones relacionadas a actividades de promoción y participación del Perú que tengan carácter oficial en ferias, cumbres, competencias y similares, en materia comercial, de inversiones, exportaciones, turismo, así como de imagen país, en territorio extranjero.

Los supuestos señalados precedentemente se sustentan con informe técnico y legal.

- 2.20 En ese sentido, cabe señalar que la Feria OTM, para el año 2026, se llevará a cabo en la ciudad de Mumbai, India que congregará a los principales actores de la industria turística a nivel global, requiriéndose para tales efectos el servicio de alquiler de ambiente para la participación de PROMPERÚ en la referida feria, la misma que se realizará del 05 al 07 de febrero 2026.
- 2.21 En el marco de la normativa en mención, se desprende que la ejecución del mayor valor de la prestación del servicio requerido (alquiler del espacio para exposición de PROMPERÚ en la Edición 2026 de la Feria OTM) se desarrollará en territorio extranjero, excluyéndose en ese sentido, de la aplicación de la Ley de Contrataciones en mención.
- 2.22 En ese sentido, la STR en su calidad de área usuaria, ha definido los Términos de Referencia del Servicio: **“Alquiler de ambiente para la Feria OTM 2026”**, espacio necesario en la referida Feria para ser usado como vitrina para dar a conocer el Perú como un destino turístico receptivo, cumpliendo así con uno de los objetivos estratégicos y generales establecidos en el POI Institucional.
- 2.23 Así pues, dentro del marco de la Directiva mencionada y conforme al principio de libre concurrencia de proveedores, se redactaron los Términos de Referencia en mención, que regulan las condiciones del requerimiento del servicio a contratar, a efectos de cumplir con los criterios siguientes:

OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere el servicio de alquiler de espacio para la participación de PROMPERÚ en la feria OTM 2026, a realizarse del 05 al 07 de febrero 2026 en la ciudad de Mumbai, India.

FINALIDAD PÚBLICA

La finalidad pública para la presente contratación es reforzar la presencia del Perú en el segmento de lujo a nivel internacional, a través del alquiler de un espacio en la feria OTM 2026, impulsando el posicionamiento del Perú como destino de experiencias únicas donde se ofrece una variada oferta turística de alta gama con nuevos productos, infraestructura hotelera y servicios de alta calidad.

- 2.24 El cumplimiento del objeto y la finalidad pública de la presente contratación guarda vinculación con los objetivos y acciones estratégicas contempladas en el POI de PROMPERÚ, respecto a la STR en el marco de sus funciones; toda vez que el espacio en dicha feria, será una ventana de difusión de los principales experiencias, productos y servicios turísticos que ofrece el Perú para este segmento, así como la diversidad de experiencias que ofrece el Perú como destino de viajes que puede ofrecer experiencias de lujo.



INFORME TECNICO N° -2025-PROMPERU/DT-STR

El detalle correspondiente a la participación de la feria es el siguiente:

Concepto	Total
Espacio 165 m ²	
LED Wall	
Impuestos	
TOTAL USD	119,740.50

Respecto Análisis Costo - Beneficio

2.25 Los objetivos de la participación de Promperú son los siguientes:

- Incentivar la comercialización y diversificación de la oferta peruana de lujo, brindando información competitiva y actualizada que permita un mejor conocimiento y reconocimiento del destino.
- Posicionar el Perú como destino de lujo mediante la difusión de las novedades sobre el destino, los atractivos, infraestructura turística de lujo disponible y servicio de alto nivel.
 - Número de profesionales esperados en el evento: 1500
 - Cantidad de contactos comerciales: 50

2.26 Es importante señalar que a través de la participación en la feria se obtiene información de la industria turística de lujo (operadores de turismo y agentes de viaje), a fin de conocer la percepción del destino, nuevas tendencias del mercado y competencias, así como su proyección de venta del Perú para el 2026.

2.27 En la edición anterior del año 2025, la feria recibió 35,000 visitantes profesionales y tuvo 1,600 expositores, 1,000 compradores y 30,000 citas pre agendadas. Todos ellos profesionales del turismo de lujo como socios, patrocinadores, oradores e invitados de la industria.

2.28 El programa de la edición 2026 a llevarse a cabo del 05 al 07 de febrero, en la ciudad de Mumbai en India, espera reunir a más de 50,000 visitantes; 2,100 expositores, más de 1,000 compradores y 32,000 citas pre agendadas y ofrece la posibilidad de concretar negocios, intercambiar ideas y atender seminarios especializados en turismo de lujo y experiencial en el transcurso de los 3 días de duración.

PROVEEDOR A CONTRATAR

De acuerdo a lo mencionado se solicita la contratación del proveedor no domiciliado en el país Fairfest Media Ltd., la entidad encargada de organizar la feria, siendo el proveedor único para suscribir nuestra participación en la feria OTM 2026.

PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución será a partir del perfeccionamiento del contrato hasta el 07 de febrero de 2026. Fecha del evento del 05 al 07 de febrero de 2026.

III. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN

3.1 De acuerdo al análisis y marco normativo expuesto, la STR en el marco de sus funciones remite el presente informe, sustentando la necesidad de contratar el servicio de alquiler de espacio en la Feria "OTM 2026", actividad que permitirá cumplir con los objetivos estratégicos institucionales de la

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación
y el Turismo - PromPerúDirección de Promoción
del Turismo**INFORME TECNICO N° -2025-PROMPERU/DT-STR**

Entidad, y de la Dirección de Promoción del Turismo de PROMPERÚ, como es Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo, así como generar oportunidades conjuntas en los mercados de interés en beneficio del sector turismo.

- 3.2 La totalidad del servicio solicitado para la participación en la Feria “OTM 2026” se ejecutará en territorio extranjero, siendo aplicable la normativa correspondiente desarrollada en el presente informe.
- 3.3 El costo del servicio a contratar para el alquiler de espacio en la Feria **OTM 2026**” a realizarse en Mumbai - India, asciende al monto de USD 119,740.50 (Ciento diecinueve mil setecientos cuarenta con 50/100 dólares americanos) incluidos impuestos, en un único pago de 100% **por anticipado** por ser requerimiento expreso del proveedor *no domiciliado en el país con el organizador de la feria Fairfest Media Ltd* para garantizar la participación de Promperú. La conformidad estará a cargo del Departamento de Mercado Asia y Oceanía y de la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo.

Atentamente,

LUIS RICARDO BARAYBAR GUTIERREZ DE LA FUENTE
Subdirector de Promocion del Turismo Receptivo