

POLÍTICA DE INVERSIÓN DE PUBLICIDAD Y MERCADEO

Como organización de mercadeo internacional del destino (DMO), PROMTUR Panamá establece los lineamientos para las inversiones de Publicidad y Mercadeo según los Pilares Estratégicos del DMO, el Plan Maestro de Turismo Sostenible (PMTS), donde se establece la estrategia de Posicionamiento y Diferenciación, mercados, destinos y productos prioritarios.

1. PILARES DEL DMO

a. UN DMO CONSOLIDADO

Por ser una organización joven, uno de los pilares del DMO consiste en consolidarse en términos de estructura, procesos, siendo esta política uno de ellos.

b. UN PANAMÁ MÁS CONOCIDO

- El Plan Maestro de Turismo Sostenible (PMTS) 2020-2025 de la Autoridad de Turismo de Panamá https://www.atp.gob.pa/PMTSP_2020-2025.pdf es la base sobre la cual descansa la estrategia de posicionamiento y diferenciación de Panamá como destino turístico. Las inversiones de publicidad y mercadeo que desarrolle PROMTUR, al igual que las propuestas que se reciban serán evaluadas tomando en cuenta la estrategia y modelo de Turismo, Conservación e Investigación (TCI), promoviendo principalmente las Rutas Patrimoniales Azul, Verde y Cultural, los destinos y productos prioritarios en el PMTS.
- Los mercados prioritarios en el corto y largo plazo, Estados Unidos, Canadá, Costa Rica, Colombia, Brasil, Argentina, España, Francia y Alemania, serán las audiencias principales a la que se destinarán las inversiones de mercadeo, así como la atracción del Turista Consciente.

c. GENERAR DEMANDA

- La cual medimos sobre la base de tres ejes -- Conocimiento del Destino, Consideración del Destino, Conversión -- y sus indicadores, los cuales pueden incluir los que se mencionan a continuación u otros:
 - Conocimiento (Awareness) del Destino
 - Las estrategias de publicidad y mercadeo que generan un mayor conocimiento del destino se deben medir con indicadores como Alcance (Reach) e Impresiones
 - Consideración del Destino
 - Volumen, Tráfico en la página Web, Duración en la Página Web, Clicks, Engagement en Redes Sociales
 - Conversión
 - ROI (retorno sobre la inversión), Coste por Adquisición (lo que nos cuesta traer un viajero vs. lo que gasta en el destino), Cuartos Noche, PAX (No. de Pasajeros), Duración de la Estadía