

Términos de Referencia para la contratación de un acuerdo de promoción con la
aerolínea española **AIR EUROPA LÍNEAS AÉREAS, S.A.U.**
Fondo de Promoción Turística

Este proceso de contratación se realiza conforme a lo establecido en el numeral 1, del artículo 20 de la Ley 9 de 14 de marzo de 2017 y el Numeral 2 del artículo 20 del Decreto Ejecutivo No. 20 de 5 de febrero de 2019.

I. Antecedentes

Panamá adoptó desde el año 2020, su nuevo Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020-2025 (PMTS) el cual arranca señalando que el turismo es uno de los principales pilares de desarrollo económico de Panamá, que permite el aumento y distribución de la riqueza de la población panameña a través del crecimiento de la economía nacional, la generación de empleos y el aumento de los ingresos y bienestar de los panameños, mediante la mejora de su productividad y competitividad.

La falta de promoción internacional de los últimos años, y las idas y venidas con relación a la marca país llevaron a la creación de la Ley 9 de 14 de marzo en 2017, del Fondo de Promoción Turística como una iniciativa de la empresa turística local para impulsar la promoción internacional sostenida de Panamá como destino turístico, bajo un ente público-privado, y en estrecha coordinación con la Autoridad de Turismo de Panamá, utilizando los lineamientos del Plan Maestro de Turismo Sostenible.

Que el Fondo de Promoción Turística tendrá una Junta Directiva, que será el órgano gestor de sus activos, cuyo objetivo será definir la política de inversiones del Fondo, sujeta a las restricciones propuestas por la Ley No. 9 de 14 de marzo de 2017.

Que el Fondo de Promoción Turística, es la responsable de la promoción internacional del destino Panamá, por lo cual se ve la necesidad hacer alianzas estratégicas con empresas líderes en la industria turística internacional que conecten anunciantes con cientos de millones de compradores

de viaje a nivel mundial y apoyen en promover a Panamá como destino turístico, generando demanda al destino.

II. Objetivo

El objetivo de la contratación es realizar una campaña de promoción en conjunto con la reconocida aerolínea **AIR EUROPA LÍNEAS AÉREAS, S.A.U.**, con la finalidad de incrementar el reconocimiento de Panamá como destino turístico internacionalmente y a su vez incrementar el número de visitantes viajando a Panamá de Europa.

III. Evaluación

Teniendo dicha necesidad de trabajar en conjunto con una aerolínea europea para promover a Panamá como destino turístico internacionalmente y a su vez incrementar el número de visitantes que viajen con la aerolínea a Panamá, se procedió a solicitarle una propuesta a la aerolínea que cumpliera con los siguientes requisitos:

1. Aerolínea internacional, reconocida en nuestros mercados emisores objetivos, establecidos en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de la Autoridad de Turismo de Panamá: Prioridad (A) Estados Unidos, Prioridad (B) Brasil, España, Francia y Alemania. Prioridad (C) Colombia, Argentina, Canadá y Costa Rica.
2. Aerolínea internacional que cuente con frecuencias de vuelos directos entre Europa y Panamá.
3. Aerolínea que cuente con la capacidad, personal y experiencia desarrollando acuerdos de promoción con Panamá o con otros destinos turísticos.
4. Contar con el acceso a una amplia red de agencia de viajes en los destinos prioritarios definidos en el PMTS, para incentivar la venta de boletos aéreos y paquetes turísticos hacia Panamá.
5. La capacidad de promover por medio de acciones dirigidas al consumidor (B2C) y directamente a los agentes y operadores (B2B).
6. La capacidad de reportar mensualmente el desempeño de las rutas aéreas entre Europa y Panamá de modo de poder aportar al desarrollo del centro de inteligencia de negocios del

Fondo de Promoción Turística y a su vez, poder medir la efectividad de las campañas en conjunto traducido al número de visitantes que entran a Panamá.

IV. Conclusión:

Se evaluó la propuesta recibida por parte de la reconocida aerolínea europea **AIR EUROPA** y se determinó que la efectividad de las acciones propuestas, la conveniencia de precio, la disponibilidad de presupuesto y el retorno de inversión aproximado, trabajando en conjunto, se lograrían resultados óptimos para Panamá como destino turístico en Europa. Esta contratación es esencial para aumentar el grado de familiaridad y conocimiento del destino y a su vez, la entrada de visitantes por medio de la promoción y venta de boletos aéreos.

V. Resultados:

El contrato de promoción con Air Europa desarrollado entre el 1 de abril del 2022 y el 31 de marzo del 2023, obtuvo excelentes resultados, los cuales detallamos a continuación.

Las acciones de promoción conjuntas han resultado en un total de reservas de 18,169 pasajeros (9,930 incrementales producto de la campaña conjunta) con una estancia promedio de 17.9 días en Panamá, resultando en un impacto económico total al destino de B/. 169,169,403.00 aproximadamente.

Tras evaluar las acciones y los resultados generados por este contrato de publicidad, llegamos a la conclusión que el proveedor **AIR EUROPA**, es un aliado estratégico que se ha desempeñado de manera positiva, generando resultados que superaron las metas establecidas. Todas las acciones se llevaron a cabo de la mano con el equipo de mercadeo del Fondo de Promoción Turística, el desarrollo de los artes y piezas publicitarias y la revisión mensual de resultados fue liderado por la Gerente de Alianzas Estratégicas.

En la siguiente grafica se aprecia el incremento de reservas y del impacto económico generado al destino gracias al Contrato de Promoción No. 55-2021 de los años 2022 y 2023.

El impacto económico al destino permea en la economía local a través de hospedajes, reservas de actividades individuales o con tour operadores, consumo en restaurantes, comercios, etc.



Tabla 1- Impacto económico meta vs. real



Tabla 2 - Número de pasajeros total meta vs. Real

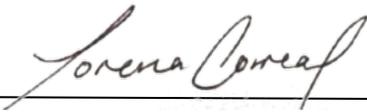
Como se refleja en ambas tablas, se detallan las metas y los resultados actuales mensuales de ambos indicadores (impacto económico y número de pasajeros), y a la fecha se han superado las metas totales de la campaña, tanto en el nivel de reservas como en el impacto económico.

	Pax incrementales	Pax totales	Impacto económico total
Real	9,930	18,169	\$169,169,403.00
Meta	3,797	12,036	\$102,300,851

Estos resultados son un excelente indicador de la necesidad de renovar este acuerdo para garantizar la continuidad de la promoción de Panamá como destino turístico en Europa y la atracción de visitantes de este continente, quienes se caracterizan por sus permanencias extendidas (+10 días) en nuestro país.

Confiamos en que la continuidad de esta alianza generará resultados positivos para Panamá como destino turístico para los años 2023, 2024 y 2025.

El costo total para esta contratación será de **SETECIENTOS MIL BALBOAS CON 00/100 (B/.700,000.00)** por un periodo de 24 meses.



LORENA CORREAL
GERENTE DE ALIANZAS ESTRATEGICAS
FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA