

Términos de Referencia  
“Alianza Estratégica con **TRAVELSCAPE LLC.**, de nombre comercial  
**EXPEDIA GROUP MEDIA SOLUTIONS** para el Plan de Promoción de  
Panamá como Destino Turístico”  
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, que reglamenta la Ley 9 de 14 de marzo de 2017, modificada por la Ley 58 de 25 de octubre de 2018 No. 20 de 5 de febrero de 2019.

**I. Antecedentes**

Panamá ha adoptado 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 por 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, será responsable de la promoción internacional del destino Panamá, por lo cual se ve la necesidad hacer alianzas estratégicas con empresas

turísticas líderes en la industria 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:**

Realizar un contrato de promoción en los canales de distribución de la reconocida agencia de viaje en línea (OTA por sus siglas en inglés) **TRAVELSCAPE LLC., (EXPEDIA GROUP MEDIA SOLUTIONS)**. Estas acciones de promoción tienen como objetivo incrementar el reconocimiento de Panamá como destino turístico, aumentar el número de visitantes viajando a Panamá por medio de la venta de boletos aéreos, paquetes turísticos, venta de actividades turísticas, reservas de hospedaje y continuar posicionando a nuestro país como destino turístico ante los usuarios de Expedia.

## **III. Evaluación:**

Teniendo dicha necesidad de trabajar en conjunto con una agencia de viaje en línea para promover a Panamá como destino turístico internacionalmente y a su vez incrementar el número de visitantes que viajen a Panamá, se procedió a solicitar una propuesta a **TRAVELSCAPE LLC., (EXPEDIA GROUP MEDIA SOLUTIONS)**, que cumpliera con los siguientes requisitos requeridos por el Fondo de Promoción Turística para esta contratación:

1. Agencia de viaje en línea (OTA), 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. Agencia de viaje en línea (OTA) que actualmente venda el producto Panamá mundialmente.
3. Capacidad y experiencia desarrollando acuerdos de promoción con Panamá o con otros destinos turísticos.

4. Contar con una amplia red, para la venta de boletos aéreos, reservas de hoteles y paquetes turísticos hacia Panamá.
5. La capacidad de promover por medio de acciones dirigidas al consumidor final (Empresas a Consumidores- Business to Consumer - B2C).
6. La capacidad de promover por medio de acciones dirigidas a la industria turística (Mercado Corporativo - Business to Business-B2B).
7. La capacidad de reportar mensualmente el desempeño de las ventas a 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 visitan Panamá.
8. Capturar viajeros activos y llevarlos a un micrositio de Panamá:
  - a. Promoción de marca conjunta para promover el destino Panamá, distribuido a través de medios digitales y redes sociales.
  - b. Creación de blogs para inspirar y educar acerca de Panamá con anuncios en medios digitales enfocados en capturar a viajeros internacionales para llevarlos a páginas inspiracionales y educativas donde pueden comprar su viaje.
  - c. Reforzar la estrategia usando correos que lleven a las páginas educativas.
  - d. Página de destino - página dedicada al destino Panamá con pestañas de información para inspira, educar, informar a los usuarios y facilitar la planificación de sus viajes. Incluye ofertas de vuelos, hoteles y experiencias en el destino
9. Otras Obligaciones a desarrollar por parte de **TRAVELSCAPE LLC., (EXPEDIA GROUP MEDIA SOLUTIONS)**:
  - a. El desarrollo de un micrositio dedicado a Panamá dentro del ecosistema digital de Expedia. Este micrositio incluye información escrita, imágenes/videos, guías y un motor de reserva. Tendrá como objetivo atraer la atención de los usuarios, educarlos, facilitar la planificación y reserva de sus viajes a Panamá. Dicha plataforma estará disponible en los idiomas español, inglés y portugués.
  - b. El desarrollo y producción de contenido escrito y audiovisual para incluir en el micrositio dedicado a Panamá.
  - c. Campañas digitales que dirijan a los usuarios a la plataforma dedicada de Panamá.

- d. Contar con una audiencia cautiva y con interés en viajar, para dirigir los esfuerzos de mercadeo y atraer a dichos usuarios a nuestro destino.

#### **IV. Vigencia**

El término para esta contratación sería de 24 meses.

#### **V. Conclusión:**

La promoción internacional de Panamá como destino de turismo sostenible es fundamental y por lo tanto una iniciativa con la compañía **TRAVELSCAPE LLC (EXPEDIA GROUP MEDIA SOLUTIONS)**, es clave para la continuidad de las acciones de promoción y por lo 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. Esta contratación es esencial para dar continuidad a los esfuerzos de incrementar el grado de familiaridad y conocimiento del destino y a su vez, la entrada de visitantes por medio de la promoción, venta de boletos aéreos, reservas en hoteles y de la venta de paquetes turísticos.

El contrato de promoción con Expedia desarrollado entre noviembre del 2021 y noviembre del 2022 obtuvo excelentes resultados. Las acciones de promoción conjuntas resultaron en un total de reservas de 289,511 pasajeros (61,155 incrementales producto de la campaña conjunta) con una estancia promedio de 6.4 días, resultando en un impacto económico total al destino de B/. 921,265,761.00 aproximadamente.

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

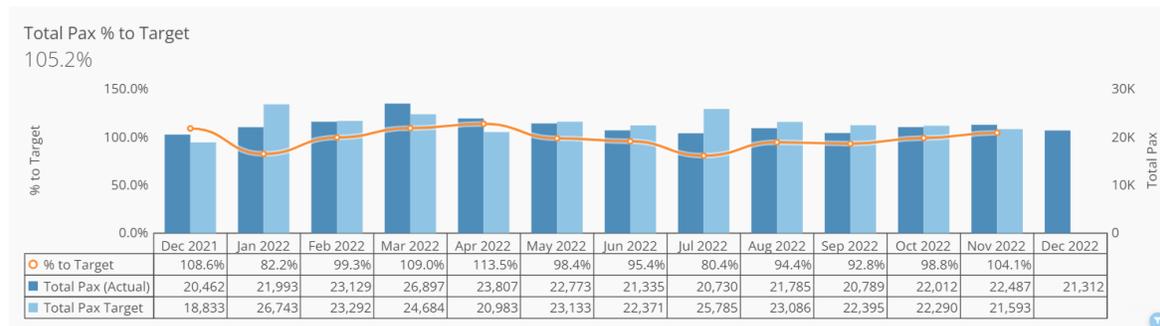


Tabla 2 - Número de pasajeros total meta vs. Real

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 y el incremento de la estadía promedio en Panamá.

	Pax incrementales	Pax totales	Impacto económico total	Tiempo de estadía promedio
<b>Real</b>	61,155	289,511	\$921,265,761.00	6.5 días
<b>Meta</b>	54,488	275,189	\$670,801,238.00	4.8 días

Algunos logros adicionales de la campaña: Panamá recuperó el 78% de las reservas de pasajeros vs. las tendencias prepandémicas en el 2019 a través de los canales de Expedia, actualmente Panamá ocupa el puesto No. 56 en términos de destinos mas buscados en el 2022, en el 2019 ocupaba el puesto No. 62, incrementando así 6 posiciones.

Panamá fue pionero lanzando la serie de entretenimiento “*The Next Turn*” que consiste en tres episodios donde los reconocidos presentadores recorren los destinos prioritarios de Panamá destacando las bondades naturales, culturales, y experiencias únicas de Panamá. Actualmente otros destinos turísticos están trabajando en sus propias series como lo es Abu Dhabi.

La página de The Next Turn obtuvo un total de 162,954 vistas de página, 34,419 reproducciones y múltiples publicaciones en redes sociales. Los usuarios también mostraron interés en las opciones de actividades y hospedaje incluidas en los videos – generando así oportunidades de negocio para los proveedores turísticos panameños.

El monto total de esta contratación será por la suma total de a **CUATRO MILLONES DE BALBOAS CON 00/100 (B/.4,000,000.00)**, por un periodo de 24 meses.



---

**LORENA CORREAL**  
**GERENTE DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS**  
**FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**