

Términos de Referencia
“Contrato de Promoción con **HOTELBEDS USA, INC.**, para incrementar gradualmente la venta de habitaciones hoteleras y el volumen de pasajeros hacia Panamá durante los años 2023 al 2025”
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 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 esta contratación es utilizar los canales de distribución de la reconocida agencia de venta de camas en línea **HOTELBEDS USA, INC.**, para incrementar gradualmente la venta de habitaciones hoteleras y el volumen de pasajeros hacia Panamá durante los años 2023, 2024 y 2025, por medio de la promoción internacional de Panamá utilizando la red de agentes y proveedores de viajes más grandes del mundo.

III. Evaluación:

Teniendo la necesidad de promover la venta de habitaciones hoteleras e incrementar el número de visitantes a Panama, se evaluó la propuesta de promoción de la citada compañía norteamericana “bed bank” líder en la industria turística internacional con los siguientes puntos:

- Análisis profundo de tendencias de reserva de habitaciones de hoteles para identificar los mejores mercados de fuentes y temporadas.
- Utilizar canales de distribución global (GDS) para identificar el consumidor ideal y los influyentes de viaje y para realizar las ventas de las habitaciones y actividades en el destino.
- Contar con un equipo de trabajo en Panamá para negociar tarifas promocionales exclusivas.
- ROI (Retorno de inversión), tangible reportado por medio de los informes e información proporcionada al inicio y al final de la campaña conjunta, con el objetivo de ver la evolución e incremento de las reservas hacia Panamá.
- Contar con un inventario de habitaciones hoteleras en los destinos prioritarios de Panamá para su venta internacional y localmente.
- Continuidad a las campañas de promoción conjunta que se llevaron a cabo durante los años 2021 a 2023.

Luego de evaluar la trayectoria, experiencia, el equipo de profesionales y el precio ofertado por **HOTELBEDS USA, INC.**, se determina que llena las necesidades del Fondo de Promoción Turística. De igual manera, se procedió a presentar ante la Junta Directiva para su evaluación y posterior aprobación:

El término para esta contratación sería de 24 meses.

IV. Conclusión:

La promoción internacional de Panamá como destino de turismo sostenible es fundamental y por lo tanto una iniciativa con la compañía **HOTELBEDS USA, INC.**, es clave para la continuidad de la promoción internacional de Panamá como destino turístico por lo que 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 continuar aumentando el grado de familiaridad y conocimiento del destino y a su vez, la entrada de visitantes por medio de la promoción y venta de las habitaciones de hoteles y de servicios turísticos como lo son el alquiler de automóviles y servicios de transporte.

V. Resultados:

El contrato de promoción con Hotelbeds desarrollado entre junio del 2022 y mayo 2023, ha obtenido excelentes resultados hasta la fecha, los cuales pasamos a detallar a continuación.

Las acciones de promoción conjuntas han resultado en un total de reservas de 111,149 pasajeros (56,803 incrementales producto de la campaña conjunta) con una estancia promedio de 3.3 noches por propiedad hotelera, resultando en un impacto económico total al destino de B/. 189,797,001.00 aproximadamente.

Tras evaluar las acciones y los resultados generados por este contrato de publicidad, llegamos a la conclusión que el proveedor **HOTELBEDS USA, Inc.**, es un aliado estratégico que se ha desempeñado de manera positiva, generando resultados positivos. 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. 54-2021 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 y comercios, etc.

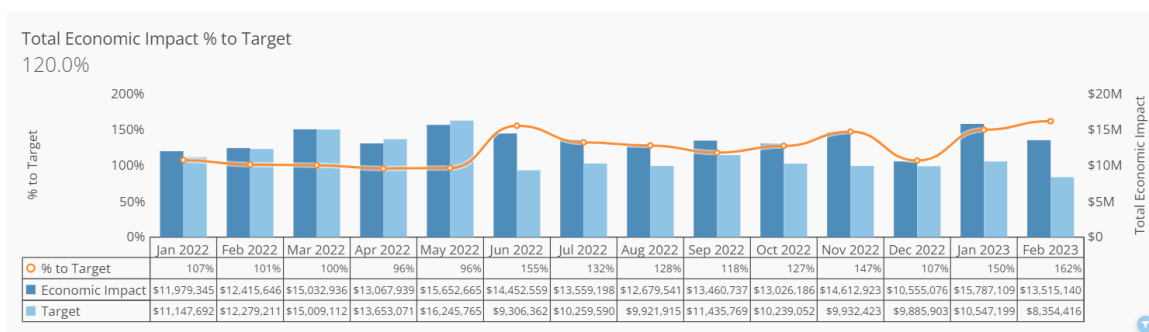


Tabla 1- Impacto económico meta vs. real

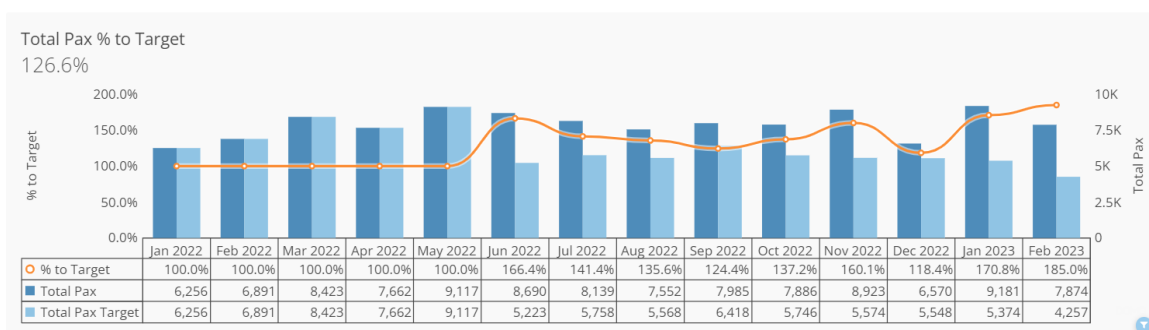


Tabla 2 - Número de pasajeros total meta vs. Real

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	56,803	111,149	\$189,797,001.00
Meta	21,558	64,220	\$125,676,937.00

Estos resultados son un buen indicador para iniciar el proceso de renovación de esta campaña para garantizar la continuidad de esta, considerando los procesos administrativos y de contratación, para que no exista una interrupción de la campaña.

En las siguientes tablas, vemos la comparación del posicionamiento de Panamá en las búsquedas de destinos de Latinoamérica. En la primera tabla de febrero 2021, Panamá se ubica en la posición número 14, en la segunda tabla, Panamá se encuentra en la posición número 9. Esta posición se ha mantenido por 3 meses consecutivos y se busca continuar incrementando y sobre pasando a los competidores directos, como lo es Costa Rica.

Top 20 Searched Destinations in LATAM	
Hotel Country Name	February
Mexico	24,501,076,439
Brazil	11,515,713,752
Argentina	3,329,271,988
Colombia	3,146,003,245
Dominican Republic	2,832,186,661
Chile	756,023,052
Jamaica	618,222,626
Puerto Rico	615,977,879
Peru	494,680,098
Costa Rica	491,896,569
Cuba	295,898,644
Aruba	255,689,235
Bahamas	255,128,450
Panama	232,297,614
Barbados	202,975,099
Uruguay	180,697,424
Ecuador	108,441,376
St. Lucia	101,351,592
U.S. Virgin Islands	98,498,316
Turks & Caicos Islands	84,320,999
Antigua & Barbuda	65,648,809

Tabla 3 - Búsquedas de países en LATAM feb. 2021

Top 20 Searched Destinations in LATAM		Top 20 Searched Destinations in LATAM		Top 20 Searched Destinations	
Hotel Country Name	December	Hotel Country Name	Jan-23	Hotel Country Name	Feb-23
Brazil	18,936,723,385	Mexico	25,984,290,060	Mexico	18,443,532,391
Mexico	18,207,705,405	Brazil	24,326,422,400	Brazil	15,296,587,265
Dominican Republic	2,518,877,264	Dominican Republic	3,631,902,340	Argentina	2,520,180,558
Argentina	2,347,270,126	Argentina	3,606,519,568	Dominican Republic	2,466,418,906
Colombia	1,951,057,602	Colombia	2,569,002,680	Colombia	1,949,464,995
Jamaica	609,231,668	Jamaica	919,287,135	Jamaica	645,632,006
Chile	543,478,947	Chile	831,969,664	Chile	617,333,299
Costa Rica	497,529,403	Costa Rica	661,833,368	Costa Rica	472,708,742
Panama	483,254,463	Panama	564,865,065	Panama	426,571,647
Peru	434,309,576	Puerto Rico	528,494,722	Puerto Rico	397,781,500
Puerto Rico	373,228,924	Peru	474,280,072	Peru	357,583,898
Aruba	220,310,481	Aruba	321,877,589	Aruba	224,050,713
Cuba	220,127,043	Barbados	312,208,132	Barbados	207,805,640
Barbados	198,220,287	Cuba	306,293,839	Cuba	206,723,413
Uruguay	173,791,377	Bahamas	245,188,390	Bahamas	182,948,855
Bahamas	166,465,181	Uruguay	240,491,474	Uruguay	159,395,809
Ecuador	118,938,334	Ecuador	164,279,938	Ecuador	112,843,480
St. Lucia	106,303,720	St. Lucia	161,589,932	St. Lucia	107,905,141
Turks & Caicos Islands	82,488,858	Turks & Caicos Islands	126,257,912	Turks & Caicos Islands	92,970,757
Antigua & Barbuda	70,254,259	Antigua & Barbuda	107,854,906	Antigua & Barbuda	75,442,385

Tabla 4 - Búsquedas de países en LATAM dic. 2022 a feb. 2023

Al mantener una promoción continua en este canal de ventas, aseguraremos continuar incrementando tanto el nivel de ventas como el reconocimiento de Panamá como destino turístico.

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

El monto total de esta contratación será por la suma total de a **OCHOCIENTOS CUARENTA MIL BALBOAS CON 00/100 (B/.840,000.00)** por un periodo de 24 meses.



LORENA CORREAL
GERENTE DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS
FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA