

Términos de Referencia para la contratación de un acuerdo de promoción con la
agencia de viaje en línea **VACACIONES EDREAMS, S.L.**
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 1 del artículo 20 del Decreto Ejecutivo 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

El objetivo es contratar los servicios de una agencia de viaje en línea (OTA por sus siglas en inglés) en el mercado europeo para realizar una campaña de promoción en todos los canales de distribución de **EDREAMS** para aumentar el el reconocimiento de Panamá como destino turístico e incrementar el número de visitantes viajando de Europa a Panamá por medio de la venta de boletos aéreos y paquetes turísticos.

III. Evaluación

Teniendo dicha necesidad de trabajar con una agencia de viaje en línea europea 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 la agencia de viaje en línea que cumpliera con los siguientes requisitos:

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 (B) Brasil, España, Francia y Alemania.
2. Agencia de viaje en línea (OTA) que actualmente venda el producto Panamá en Europa.
3. Capacidad y experiencia desarrollando acuerdos de promoción con Panamá o con otros destinos turísticos.
4. Contar con una amplia red de clientes panameños, para la venta de boletos aéreos y paquetes turísticos hacia Panamá.
5. La capacidad de promover por medio de acciones dirigidas al consumidor (B2C).
6. La capacidad de reportar mensualmente el desempeño de las ventas de Europa 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 numero de visitantes que entran a Panamá.

7. Obligaciones:

- a. El proveedor ejecutará durante la vigencia del contrato las acciones que se definirán en el plan de promoción.
- b. El proveedor será el responsable de la negociación, creación y ejecución de todos los medios de publicidad, así como la planeación de la estrategia de promoción y confección de todos los insumos. Además, asume el compromiso con los medios y todo lo que conlleve la ejecución de las acciones detalladas.
- c. El proveedor y el responsable de este contrato podrán de mutuo acuerdo, modificar los planes de medios para obtener los mejores resultados.

IV. Vigencia

El término para esta contratación sería de 24 meses.

V. Conclusión:

Se evaluó la propuesta recibida por parte de la reconocida agencia de viaje en línea (OTA) europea **VACACIONES EDREAMS, S.L.**, 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, venta de boletos aéreos y de la venta de paquetes turísticos.

El contrato de promoción con Edreams desarrollado entre enero del 2022 y enero del 2023 obtuvo excelentes resultados. Las acciones de promoción conjuntas resultaron en un total de visitas 7,507 pasajeros (2,103 pasajeros incrementales productos de la campaña conjunta) con una estancia promedio de 15.7 días, resultando en un impacto económico total al destino de B/. 61,421,330.00.

En la siguiente grafica se aprecia el incremento de reservas y del impacto económico generado al destino gracias al Contrato de Promoción No. 22-2021 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.

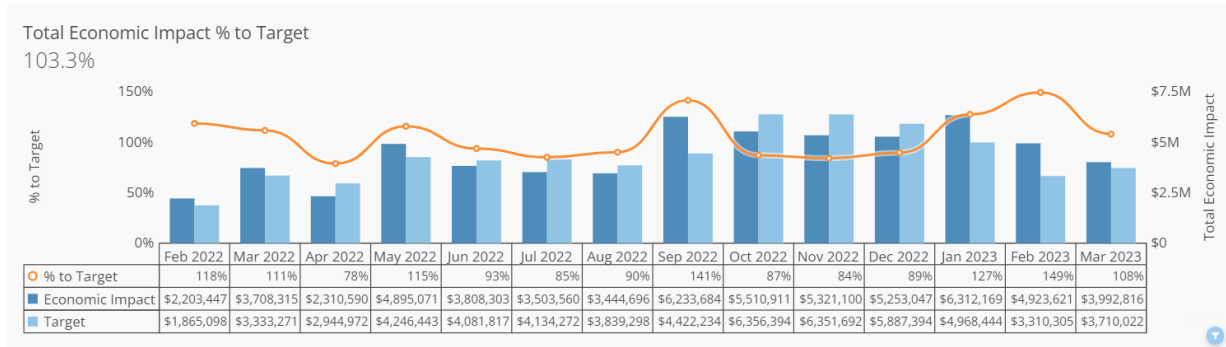


Tabla 1- Impacto económico meta vs. Real

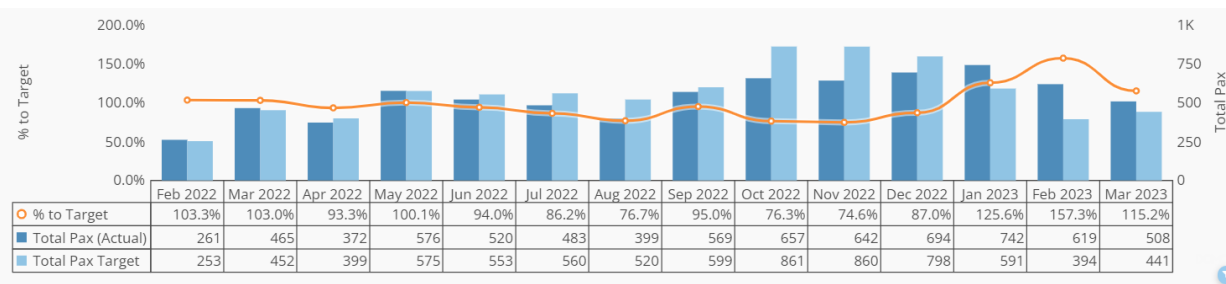


Tabla 2 - Número de pasajeros total meta vs. Real

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
Real	2,103	7,507	\$ 61,421,330	15.7 días
Meta	2,366	7,414	\$ 55,741,634	14.6 días

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 **CUATROCIENTOS SESENTA MIL BALBOAS CON 00/100 (B/.460,000.00)**, por un periodo de 24 meses.



LORENA CORREAL
GERENTE DE ALIANZAS ESTRATEGICAS
FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA