



DISCOVER PUERTO RICO COMPARTE LAS CONCLUSIONES CLAVES DE LÍDERES DE LA INDUSTRIA DURANTE UN PANEL VIRTUAL SOBRE LAS LECCIONES DE LA CRISIS Y LA RECUPERACIÓN

Expertos de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros, Destinations International, Marriott International y COR3 se unieron a Discover Puerto Rico para compartir experiencias y el futuro de los viajes y el turismo

San Juan, Puerto Rico, 1 de abril de 2021- Discover Puerto Rico, la Organización de Mercadeo del Destino (DMO, por sus siglas en inglés) de la Isla, realizó un panel virtual sobre "Lecciones de la crisis y la recuperación" ayer, 31 de marzo, con el reconocido analista puertorriqueño, Armando Valdés Prieto, moderando la conversación. El panel estuvo compuesto por líderes claves de la industria, incluyendo a Anne Madison, vicepresidenta sénior de mercadeo global y comunicaciones estratégicas de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA); Diana Plazas, CSMO del Caribe & Latinoamérica de Marriott International; Don Welsh, presidente y principal oficial ejecutivo (CEO) de Destinations International; y Manuel Laboy, director ejecutivo de COR3, Oficina Central de Recuperación, Reconstrucción y Resiliencia, junto a José M. Suárez, presidente de la Junta de Directores de Discover Puerto Rico.

Desde huracanes hasta disturbios políticos, terremotos y pandemia, el éxito demostrado de las estrategias sólidas de recuperación de Discover Puerto Rico, la planificación de preparación para crisis y la agilidad han allanado el camino para una recuperación exitosa después de la adversidad. Estas experiencias y aprendizajes aplicados dentro de la organización inspiraron al panel a reunirse y reflexionar sobre las tácticas importantes y los avances logrados después de un año de la pandemia global de COVID-19.

"No hay nada más crítico que aprender de los desafíos que el COVID-19 ha representado para nuestra industria y compartirlos para que la comunidad mundial de viajes y turismo mire colectivamente hacia el futuro con conclusiones que ayuden a sentar las bases para la recuperación", dijo Brad Dean, principal oficial ejecutivo (CEO) de Discover Puerto Rico. "Este increíble grupo de profesionales que discutieron abiertamente sus experiencias fue tanto inspirador como un recordatorio esencial de lo que hemos ganado, y no solo de lo que hemos perdido".

Los temas claves compartidos por los panelistas incluyeron la importancia de la preparación para crisis, con la planificación de escenarios como una táctica crítica implementada por CLIA, Marriott International y Discover Puerto Rico. "Independientemente de lo actualizado que esté su manual de crisis, sin la planificación de escenarios y el análisis después de las crisis, para mejorar y aprovechar esos aprendizajes, no tienes nada", dijo Anne Madison de CLIA. Fue a través de una guía robusta de estrategias de preparación para crisis que Discover Puerto Rico también pudo identificar claramente los próximos pasos basados en escenarios potenciales, con los respectivos miembros del equipo entendiendo sus roles, como lo explicó José M. Suárez del DMO.

La transparencia, la comunicación constante y la agilidad también fueron las prioridades durante la pandemia, y algo que cada panelista compartió que debería permanecer en el futuro. "La comunicación, la adaptabilidad y la respuesta con información real, relevante y oportuna fue lo mejor que pudimos hacer", dijo Don Welsh, presidente y CEO de Destinations International, cuya organización celebró 64 seminarios web durante el pico de la pandemia para brindar información crucial a la industria global. Manuel Laboy, director ejecutivo de COR3, quien trabajó en estrecha colaboración con las partes interesadas como funcionario del gobierno local, compartió que mantener una comunicación constante

Contacto: Anamari Caratini, Directora de Asuntos Públicos
787-402-0329 | Anamari.caratini@discoverpuertorico.com



con la comunidad empresarial puertorriqueña era esencial para equilibrar la crisis de salud con el impacto económico de la pandemia.

Los datos y la investigación son igualmente importantes para las organizaciones de los panelistas mientras miran hacia el futuro. CLIA, por ejemplo, aumentó la frecuencia del rastreo de los sentimientos de los viajeros para comprender mejor la resonancia del mensaje, mientras que los datos económicos que demuestran el impacto en la industria de cruceros, también se utilizaron en momentos claves. Es a través de los datos, que Discover Puerto Rico también está desarrollando campañas de mercadeo apropiadas que tienen en cuenta el destino, mientras se dirigen a los viajeros responsables para continuar protegiendo a los residentes y visitantes. Diana Plazas, de Marriott International, destacó específicamente el uso de herramientas digitales para recopilar datos, incluyendo la forma en que la compañía hotelera global está aprovechando su aplicación móvil para comunicarse con los huéspedes. "Esto está aquí para quedarse", dijo.

Si bien las estrategias y la implementación de tácticas variaron entre los oradores, quedó claro un acuerdo general sobre el futuro de la industria de viajes, a pesar de la incertidumbre. "Viajar es parte del ADN humano... nada puede reemplazar la experiencia real de viajar", dijo Don Welsh, de Destinations International, quien compartió la idea de que, incluso en medio del apogeo de la pandemia, muchos planificaron sus viajes sabiendo que serían cancelados. "La resiliencia tiene un nuevo significado después de COVID-19", continuó Manuel Laboy de COR3, "el mismo debe tener un nuevo propósito que conecte con la experiencia del visitante, y ese es el progreso".

La grabación del panel virtual estará disponible para acceso público en el [portal de la industria](#) y en el canal de [YouTube](#) de Discover Puerto Rico a partir del viernes, 2 de abril.

###