

CONTACTO: Arturo Varela
(267) 765-0367, arturo@visitphilly.com
Cara Schneider
(215) 599-0789, cara@visitphilly.com

**INVESTIGACIÓN PRONÓSTICA QUE LOS VIAJES DOMÉSTICOS DE PLACER
LIDERARÁN LA RECUPERACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO DESPUÉS DEL
COVID-19**

La Región de Filadelfia Enfrenta Oportunidades Y Retos

FILADELFIA, 21 de mayo, 2020 – De acuerdo con diversas investigaciones de mercado de la industria del turismo, los viajes domésticos de placer liderarán la recuperación de la industria en el 2020. El renovado interés de los viajeros estadounidenses en tomar viajes cerca de casa es una buena noticia para destinos como la Región de Filadelfia, que está localizada a 5 horas de viaje en coche o menos para una cuarta parte de la población de EE.UU. La investigación de mercado comisionada al inicio de la pandemia del COVID-19 por VISIT PHILADELPHIA, la organización de mercadeo de turismo de la Región de Filadelfia, indica que hay oportunidades y retos para la región conforme esta planifica su recuperación.

“Se espera que la recuperación inicie con los viajes domésticos de placer”, dijo Erik Evjen, director de análisis de datos para Tourism Economics. “Nuestro análisis encontró una cantidad sustancial de demanda acumulada de viajes, que se canalizará principalmente a destinos regionales en coche. En este sentido, Filadelfia está bien posicionada para capitalizar cuando comience la primera etapa de recuperación debido a su proximidad con los principales mercados”.

“Hay muchas razones para ser optimistas sobre la recuperación de la Región de Filadelfia como destino turístico,” dijo Jeff Guaracino, presidente y CEO de VISIT PHILADELPHIA. “La región es muy popular entre los turistas de placer. Es un viaje en coche fácil para gran parte de la población, y ofrece una gran variedad de cosas que hacer. Algunos hoteles incluso están comenzando a aceptar reservaciones para estadías en el futuro próximo. Cuando nuestro destino esté listo para abrir, nosotros estaremos listos para darle la bienvenida tanto a los residentes como visitantes que buscan explorar la región”.

Agregó que también hay retos por delante, incluyendo “la imprevisibilidad de la crisis de salud, la debilitada economía, y la pérdida temporal de algunos de nuestras ofertas clave, como conciertos, espectáculos y eventos deportivos”.

-más-

Desde mediados de Marzo, Russell Research ha estado colectando datos para medir la percepción, intención y sentimientos en torno al COVID-19 a nivel nacional y en tres mercados clave: (Designated Market Areas o DMAs, en inglés): Nueva York, Washington, DC y la Región de Filadelfia. Los hallazgos clave de la última ronda de investigación incluyen:

- **Perspectivas Respecto a Viajes Próximos:** Los consumidores en los tres mercados clave se sienten más optimistas actualmente sobre la situación del COVID-19 en relación con el turismo que en los meses anteriores (31% de los encuestados piensa que la situación está mejorando actualmente en comparación con tan solo el 5% en marzo/abril).
- **Periodo de Tiempo para Viajar:** El 30% de viajeros se siente cómodo visitando Filadelfia en los próximos tres meses (en comparación con 23% en abril) especialmente los viajeros entre 18 y 34 años de edad (38% de los encuestados) y los encuestados de la Región de Filadelfia (42% de los encuestados en esta región).
- **Modo de Transporte:** Viajar en coche con la pareja o familia será el tipo de viaje más común. (típicamente, alrededor del 80% de visitantes que pasan por lo menos una noche en Filadelfia viajan en coche).
- **Tipo de Viaje:** Cerca de una tercera parte de viajeros en los tres mercados clave se siente más cómodo tomando un viaje de un día como su primer viaje de placer después de la pandemia. Otra tercera parte se siente más cómodo tomando un viaje doméstico que requiere más de dos horas en coche. Una cuarta parte de viajeros en las regiones (DMAs, en inglés) de Nueva York y Filadelfia se siente más cómodo tomando un viaje doméstico dentro de una distancia de dos horas en coche.
- **Tipo de Destino:** Con el verano acercándose, las playas son el tipo de destino preferido para el primer viaje de placer después de la pandemia, de acuerdo con 34% de los encuestados en los tres mercados clave. El segundo tipo de destino más popular, de acuerdo con el 17% de encuestados, son las ciudades y poblados pequeños, así como el campo, regiones montañosas y lagos.
- **Actividades de Viaje:** Aproximadamente seis de cada 10 viajeros indicaron que se sentirían cómodos de participar en actividades al aire libre en su primer viaje de placer después de la pandemia, especialmente en visitar atracciones al aire libre como zoológicos o jardines botánicos, y parques públicos y atracciones turísticas.

VISIT PHILADELPHIA® es nuestro nombre y nuestra misión. Como la agencia de mercadotecnia de turismo oficial de la región, construimos la imagen de la Zona Metropolitana de Filadelfia, promovemos las visitas e impulsamos la economía.

En el sitio web y blog oficiales para visitantes de la Zona Metropolitana de Filadelfia, visitphilly.com y uwishunu.com, los visitantes pueden explorar lugares por visitar, próximos eventos, itinerarios temáticos y paquetes de hotel. Las cautivantes fotografías y videos, los mapas interactivos y la información detallada para visitantes hacen que los sitios sean herramientas efectivas para planear un viaje. Junto con los canales de redes sociales de Visit Philly, las plataformas en línea se comunican directamente con los consumidores. Los viajeros también pueden llamar y visitar el Independence Visitor Center (Centro de Visitantes Independencia) para obtener información adicional y boletos.

Nota a los editores: Para fotografías de alta resolución y B-roll de alta definición del área metropolitana de Filadelfia, visite la sección de Fotografías y Videos en visitphilly.com/mediacenter.