



DISCOVER
Puerto Rico

**Manejo de crisis:
Comunicaciones
durante la temporada
de huracanes**

DAVELYN TARDI
DIRECTORA DE RELACIONES PÚBLICAS

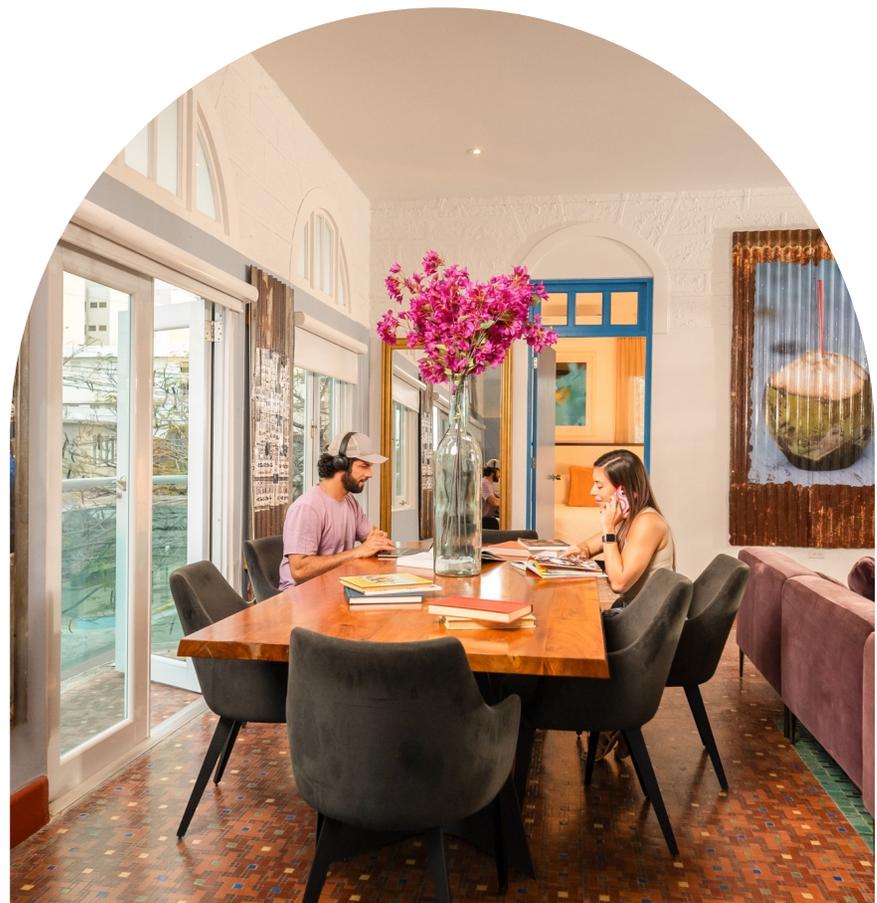
“Las relaciones públicas son un proceso de comunicación estratégica que construye relaciones mutuamente beneficiosas entre las organizaciones y sus públicos”.

PRSA

INTENCIONES

DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

- Tiene como propósito crear conocimiento e influir en la opinión pública.
- Permite contar historias de forma innovadora y creativa.
- Proporciona oportunidades para involucrar a terceros y desarrollar relaciones estratégicas.
- Representa un vehículo para exponer y desarrollar empresas y organizaciones.
- Fomenta la planificación previa para proteger la reputación y evitar una crisis.



RELACIONES PÚBLICAS EN PUERTO RICO

LAS RELACIONES PÚBLICAS ES UNA PROFESIÓN REGULADA A NIVEL LOCAL

- La Junta Reglamentadora de Relaciones Públicas de Puerto Rico fue establecida en el 2008 como resultado de la Ley 204.
 - La misma exige el cumplimiento por parte de los profesionales de las relaciones públicas en la Isla de completar con sobre 30 créditos de educación continua cada cuatro años como parte del proceso de renovación de la licencia.
- Las agencias de relaciones públicas de Discover Puerto Rico trabajan en conjunto con el equipo de comunicaciones interno y local para asegurar el cumplimiento con la acreditación requerida por el Departamento de Estado de Puerto Rico y guiar los esfuerzos de relaciones públicas del destino.
- Para el manejo efectivo de comunicaciones y manejo de crisis es importante consultar a un profesional en el área.
- Para más información, visite: <https://www.estado.pr.gov/juntas-examinadoras/relacionistas>



PRSA



ROL DE DISCOVER PUERTO RICO DURANTE UNA CRISIS



ROL

Discover Puerto Rico lidera las comunicaciones destinadas a alcanzar a visitantes y clientes para abordar preocupaciones en una crisis.



PROCEDIMIENTO

Aplicación y ejecución de estrategias y tácticas de relaciones públicas enfocadas en reaccionar de manera proactiva y gestionar la crisis.



HERRAMIENTAS

Mitigar mediante el uso de medios propios, pagados y compartidos para amplificar el mensaje oficial durante la crisis.

TIPOS DE CRISIS

EJEMPLOS



SITUACIÓN LOCAL: LAGUNA DE CONDADO

Es poco probable que reciba mucha atención o cambie la opinión de los viajeros.



SITUACIÓN QUE PUEDE ESCALAR: SARGAZO

Tiene el potencial de generar atención tanto de visitantes como de medios fuera de la Isla.



SITUACIÓN CON IMPACTO: GENERA ATENCIÓN FUERA DE PUERTO RICO

Generará atención mediática global y cambiará la percepción de los viajeros.

PROTOCOLO PARA EL MANEJO DE CRISIS



- Guía para el manejo de crisis: Discover Puerto Rico cuenta con una guía de protocolos y diversos escenarios que provee un plan de acción e integra los diversos sectores impactados.
- La guía incluye los siguientes segmentos: Lista de contactos y roles durante el evento, ejercicio de evaluación de evento, plan y respuesta, escenarios y protocolos, mensajes claves y reacciones.
- Los protocolos se activan según el evento que ocurra. Anualmente se realizan ajustes a a la guía, se realizan simulacros y entrenamientos entre el equipo para asegurar alineación de planes.
- La guía se divide entre las siguientes categorías:

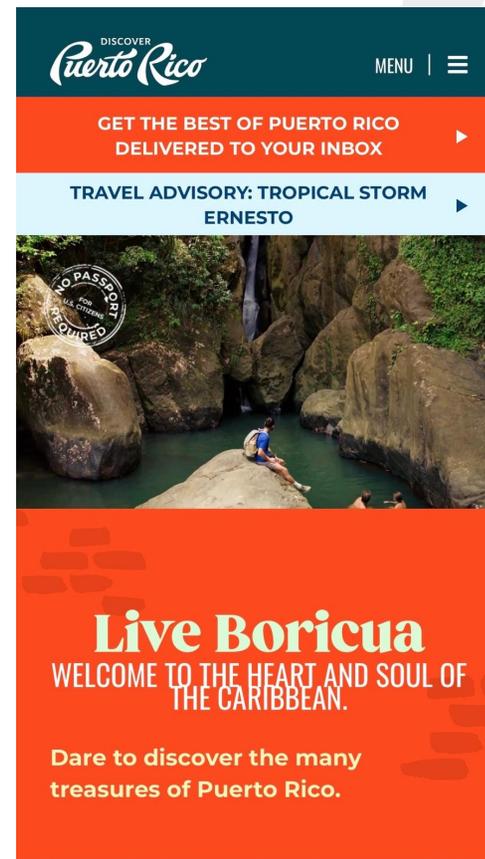
ROLES/ PRINCIPIOS	EVALUACIÓN	PLAN / RESPUESTA	ESCENARIOS	MENSAJES CLAVES
-------------------	------------	------------------	------------	-----------------



MANEJO DE CRISIS

RESPUESTA Y PROTOCOLO DURANTE TORMENTA TROPICAL ERNESTO

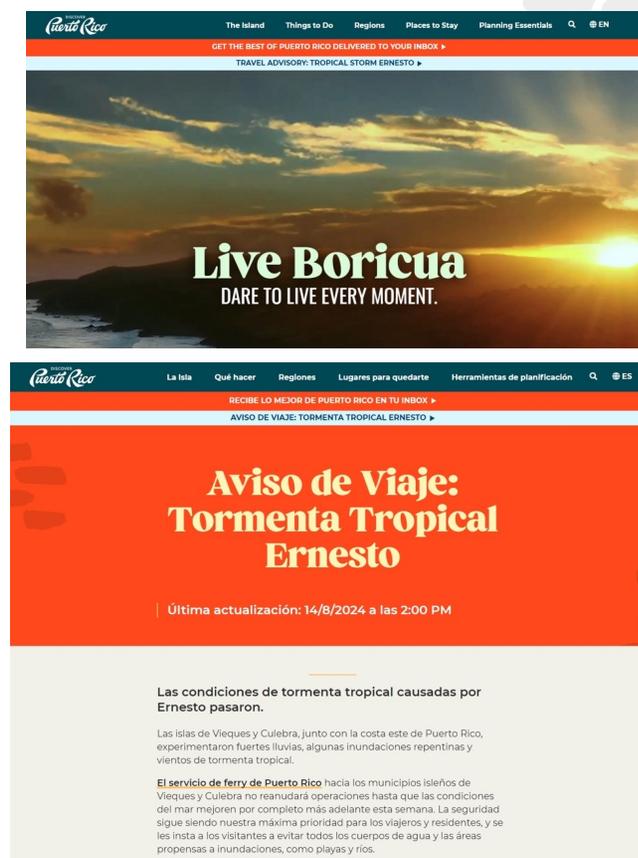
- Se activó el protocolo de crisis para tormenta tropical y se realizaron los análisis correspondientes para designar pasos a seguir.
- Durante el evento, se desarrollaron mensajes reactivos y claves para peticiones de medios, proveer guías a la industria local y atender preocupaciones de clientes y visitantes. Los mensajes fueron actualizados basados en pronósticos del tiempo, conferencias de prensa gubernamentales, entre otras fuentes.
- E-blasts para la industria local fueron compartidos antes, durante y después del evento.
- Siguiendo el protocolo, se activó la alerta de viajes y redes sociales de la marca para difundir los mensajes claves sobre el evento.
- Para registrarse al e-blast de la industria, visite: www.discoverpuertorico.com/industry



ALERTA PARA VISITANTES

PASO A PASO

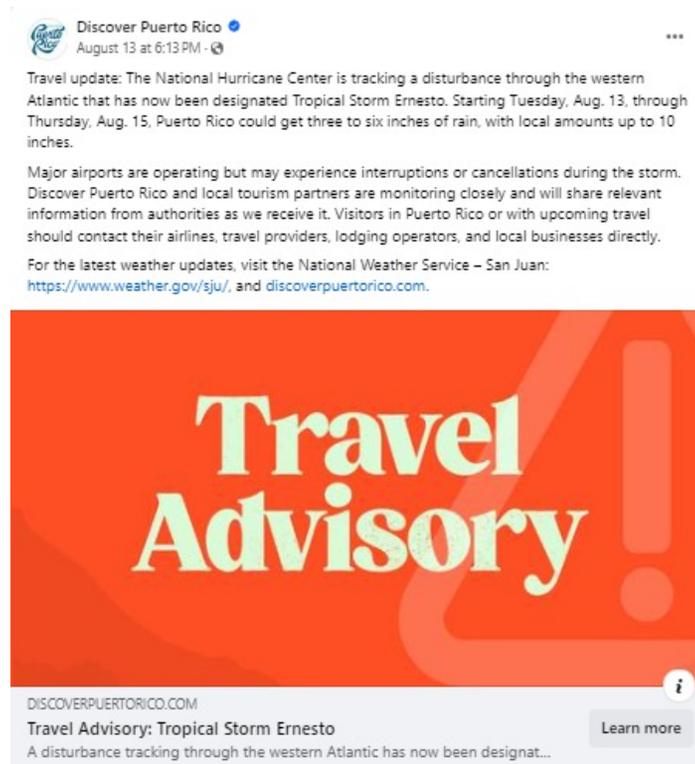
- Activación de esfuerzos digitales:
 - **Respuesta a tormenta tropical Ernesto:** El equipo digital de Discover Puerto Rico activó su plan de mercadeo digital para emergencias.
 - Se detienen pautas comerciales pagas y esfuerzos dirigidos.
- Implementación de la alerta de viajes:
 - **Alertas bilingües:** Se activaron alertas de viaje en inglés y español una vez el aviso de tormenta fue emitido.
 - **Diseminación amplia:** La amplificación de la alerta de viajes se realizó a través de todas las plataformas de la marca incluyendo los canales dirigidos a ocio, MICE y el portal de la industria.



ENFOQUE DE REDES SOCIALES

ANTES, DURANTE Y DESPUÉS

- **Antes**
 - Canales sociales de ocio y MICE detuvieron las publicaciones y activaciones pagadas.
 - Los esfuerzos pagos fueron detenidos.
- **Durante**
 - Solo se contestaban mensajes directos para atender preguntas de visitantes.
 - Se monitorearon las preguntas recciones y preguntas recibidas.
 - Solo se realizaron publicaciones sobre la alerta de viajes.
- **Después**
 - Análisis de publicaciones, tone, mensajes e imágenes.
 - Monitoreo, activación y ejecución de estrategia de influencers. (Real-Time content)
 - Resumen de esfuerzos sociales y pagos.



CONSEJOS PARA EL MANEJO DE CRISIS

DURANTE LA TEMPORADA DE HURACANES

- Identifica cómo tu negocio puede verse afectado con diversos escenarios (ejemplos: tormentas tropicales, apagones, huracanes, etc.)
- Evalúa cuál es la mejor forma de conectar con tu audiencia (ejemplos: email, redes sociales, llamadas, etc)
- Crea una lista de contactos de referencia que puedan ser fuente de información y/o ayuda (ejemplos: municipios, organizaciones, agencias gubernamentales, etc.)
- Monitorea las redes sociales, medios locales y nacionales (ejemplos: The Weather Channel, Fox Weather, CBS News, CNN, AP News, NBC News, New York Times, USA Today, Bloomberg, Axios, Washington Post, TravelPulse, NPR, etc.)



EVALÚA LA SITUACIÓN

PREGUNTAS GUÍAS PARA DETERMINAR IMPACTO Y ACCIÓN

- Preguntas sobre impacto:
 - ✓ ¿A quién impacta esta situación?
 - ✓ ¿La situación impacta o impactará a visitantes?
 - ✓ ¿La situación afecta toda la Isla? Solo regiones? ¿Ciertos municipios?
 - ✓ ¿Quién conoce sobre la situación?
 - ✓ ¿Hay agencias de gobierno envueltas?

- Preguntas operacionales:
 - ✓ ¿Las operaciones de su negocio se verán afectadas? ¿De qué forma? ¿Hasta cuándo?
 - ✓ ¿Esto impacta las operaciones de negocios aledaños y/o atracciones de mayor alcance?
 - ✓ ¿Esto impacta la experiencia del visitante?
 - ✓ **¿La seguridad del visitante puede estar en riesgo?**

- Preguntas de medios/ redes:
 - ✓ ¿La situación es pública? ¿Ha generado cobertura y conversaciones sobre el destino a nivel local y nacional?
 - ✓ ¿Cuál es el tono de la conversación en redes sociales sobre el tema?



PLAN DE RESPUESTA

CONSEJOS PARA DESARROLLAR PLAN DE RESPUESTA

Antes	Durante	Después
<ul style="list-style-type: none"> - Monitorea fuentes oficiales para entender la situación y realiza una evaluación inicial. - Activa tu plan de emergencia de acuerdo a la situación, (preparación del negocio, etc) - Desarrolla y comparte comunicaciones internas con empleados (cierre de operaciones, etc) - Desarrolla comunicaciones y FAQ para clientes/visitantes. Conecta con clientes para compartir detalles de las operaciones e interrupciones - Considera pausar anuncios comerciales y/o esfuerzos de promoción. - Agrega detalles sobre la situación en canales sociales o refiere a fuentes oficiales. Ej. Discover Puerto Rico 	<ul style="list-style-type: none"> - Mantente seguro y determina si compartirás alguna comunicación con posibles clientes. - Si las operaciones del negocio continúan y determinas realizar promociones utiliza tonos empáticos y sensibles. - Monitorea medios y redes sociales para entender las preocupaciones de visitantes y las discusiones del destino. - Mantén contacto con organizaciones claves. 	<ul style="list-style-type: none"> - Evalúa y analiza el impacto en el negocio y lugares aledaños. - Comparte comunicaciones internas con empleados y evalúa su situación de forma empática. - Conecta con la comunidad y entiende sus necesidades, apoyo, etc. - Desarrolla y envía comunicaciones con detalles de las operaciones a potenciales visitantes confirmando que la situación ha pasado. - Realiza un plan para reactivar operaciones y promociones de acuerdo a la situación.

PLAN DE RESPUESTA

PREGUNTAS GENERALES DE VISITANTES LUEGO DEL PASO DE UN EVENTO ATMOSFÉRICO

- ¿Cuál es el estado de la infraestructura de la Isla?
- ¿Cuál es el estado de los aeropuertos y puertos? ¿Cuándo se espera el reinicio de operaciones?
- ¿Cuál es el estado de los servicios esenciales? (ejemplo: luz, agua, hospitales, etc.)

Ejemplos de FAQ luego del paso del evento:

- Q: What is the status of the storm? A: **[Insert status of the hurricane / tropical storm quoting the National Weather Service]**. For the latest updates on the storm's status and severity, please refer to the National Weather Service (<http://www.weather.gov/sju/>).
- Q: What services are available to travelers who cannot get off the Island? A: We are working with Discover Puerto Rico to ensure we have the latest information to keep travelers informed. "At this time all Island services, including major hospitals, police, power and communications, remain operational."
- Q: What services are available to travelers who cannot get off the Island? A: Travelers should check with their individual properties to find out about their hurricane plans and if they plan to remain open. Shelters are available across the Island and are accessible to travelers. More information on shelters can be found here **[INSERT LINK TO GOVT. SHELTER INFORMATION]**.

PLAN DE RESPUESTA

PARA ANTES DEL EVENTO

- Ejemplos de mensajes para visitantes antes del evento:
 - *Hurricane / Tropical Storm [NAME] is currently projected to reach Puerto Rico by [date]. We are watching this system closely and will share any relevant information from authorities on the Island through our website as we receive it, to help travelers and our partners stay informed. Visitors currently in Puerto Rico or with upcoming travel plans should contact their travel providers, lodging operators, and local business directly to inquire about operations and plans for the storm. For the latest updates on the storm's status and severity, please refer to the National Weather Service (<https://www.nhc.noaa.gov/>).*



PLAN DE RESPUESTA

PARA DESPUÉS DEL EVENTO: DEPENDE DE LA MAGNITUD

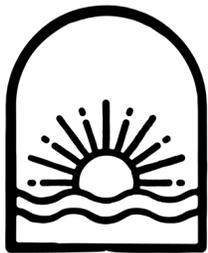
- Ejemplos de mensajes para visitantes antes del evento:
 - *Hurricane / Tropical Storm [NAME] has passed. We are working with Discover Puerto Rico to gain the latest information on the impact of the storm to our Island, recovery efforts and the status of Island services, so we can keep travelers on the Island and those planning to come soon updated. We will continue to post information about recovery efforts and the status of Island services on the following channels: website (<http://www.discoverpuertorico.com/>) and social media handles (Facebook: <https://www.facebook.com/DiscoverPuertoRico/>; Twitter: https://twitter.com/discover_PR; and Instagram: <https://www.instagram.com/discoverpuertorico/>).*



CONSEJOS PARA REDACTAR MENSAJES CLAVES

TEN EN CUENTA ESTOS CONSEJOS

Recuerda que todo lo que digas puede generar percepciones negativas sobre tu negocio y el destino.



Apégate a tu historia y puntos claves del mensaje



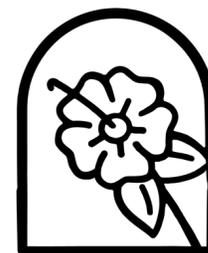
Sé assertivo y conciso



Utiliza puentes y conexiones



Convierte lo negativo a positivo

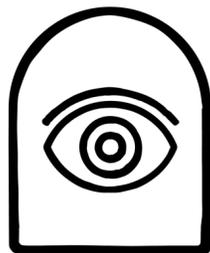


Mantén la calma

UNA ENTREVISTA NO ES UNA CONVERSACIÓN

O UN DEBATE

No estás tratando de persuadir o impresionar al periodista. Estás tratando de llegar a su audiencia y compartir un mensaje.



CADA PREGUNTA
ES UNA ENTIDAD
POR SÍ MISMA



SOLO HABLA DE
LO QUE
CONOCES



MANTENTE
"DENTRO" DEL
MARCO



SIGUE TU ESTRATEGIA Y
MENSAJES



SCAN HERE



Davelyn Tardi

She/Her

PUBLIC RELATIONS DIRECTOR