

DESTINOS TAILANDESES LANZAN CAMPAÑAS PARA IMPULSAR EL TURISMO



Dos de los destinos turísticos más populares de Tailandia, Phuket y Pattaya, han lanzado nuevas campañas promocionales ante el descenso en casos de COVID-19.

Phuket lanzó una campaña en línea llamada “¿Alguna vez has...?”, mientras que Pattaya anunció su campaña “500 baht gratis para una reserva en Chonburi”.

Phuket confía en que atraerá turistas

El gobernador de Phuket, Narong Wunsiew, dijo que el sector turístico de la isla se había visto gravemente afectado por la pandemia del coronavirus y que era hora de que la provincia comenzara a impulsar su economía.

Gracias a la belleza natural de Phuket, no se necesitará mucha inversión para atraer a los turistas de regreso, dijo Wunsiew, añadiendo que sus principales atracciones se incluyeron en un nuevo video promocional por redes sociales.

Nanthasiri Ronsiri, director de la Autoridad de Turismo de Phuket, dijo que la campaña “¿Alguna vez has...?” también promovió una subcultura que se está desarrollando en la provincia que los visitantes potenciales fueron invitados a descubrir.

Por su parte, Phaithun Silapawisut, asesor del presidente de la organización del gobierno provincial de Phuket, pidió a los tailandeses de todo el país que compartan la página de Facebook de la campaña para alentar a los extranjeros a visitar la provincia nuevamente.

Los profesionales del turismo de Phuket también han anunciado sus intenciones de financiar y lanzar su propia campaña para vacunar a los residentes y permitir que el principal destino turístico de Tailandia reabra en octubre. Más de una docena de empresas, incluida la Cámara de Comercio de Phuket y la Asociación de Turismo de Phuket (PTA), planean destinar fondos para inmunizar al 70% de la población de la isla mayor de 18 años sin esperar a las campañas de vacunación del gobierno.

Pattaya distribuirá cupones

La provincia de Pattaya lanzó una campaña titulada “500 baht gratis para una reserva en Chonburi”.

Los huéspedes que se registren en un hotel en la provincia oriental de Chonburi serán recompensados con cupones de 100 baht (unos USD \$3,3 dólares) canjeables en unos 130 restaurantes, spas y atracciones turísticas.

En la primera noche se distribuirán 5 cupones, los cuales pueden incrementar hasta un máximo de 10 cupones por 2 noches.

Thitiphat Siranatthasikun, de la Asociación de Atracciones de Chonburi, dijo que la promoción solo está disponible para visitantes fuera de la provincia.

Una fuerte caída en número de turistas

Durante los últimos seis meses del año anterior, Tailandia recibió menos turistas de los que normalmente veía en un solo día. Las estadísticas sobre el número de extranjeros que ingresaron a Tailandia desde julio del 2020 revelan el impacto devastador de la pandemia en los destinos y la economía del país en conjunto.

Según datos publicados por el subsecretario permanente del Ministerio de Relaciones Exteriores, Chutintorn Sam Gongsakdi, solo 78.328 extranjeros con certificados de entrada (COE) ingresaron a Tailandia entre el 9 de julio de 2020 y el 6 de febrero de 2021. Entre ellos, 1.157 eran titulares de visas de élite y 2.457 eran titulares de visas especiales de turista. En 2019, casi 40 millones de extranjeros visitaron Tailandia, más que en cualquier otro año. En promedio, esto equivale a alrededor de 110.000 extranjeros que ingresan al país todos los días.

Actualmente, las empresas de la industria del turismo piden al gobierno tailandés que levante el requisito obligatorio de 14 días de cuarentena para extranjeros que ya han sido vacunados contra el COVID-19.

Date: 2021-02-15

Article link:

<https://www.tourism-review.es/destinos-tailandeses-buscan-promocionar-sus-atracciones-news11886>